ఆర్.సి.రెడ్డి పబ్లికేషన్స్

వివేక్

(మాసపత్రిక)

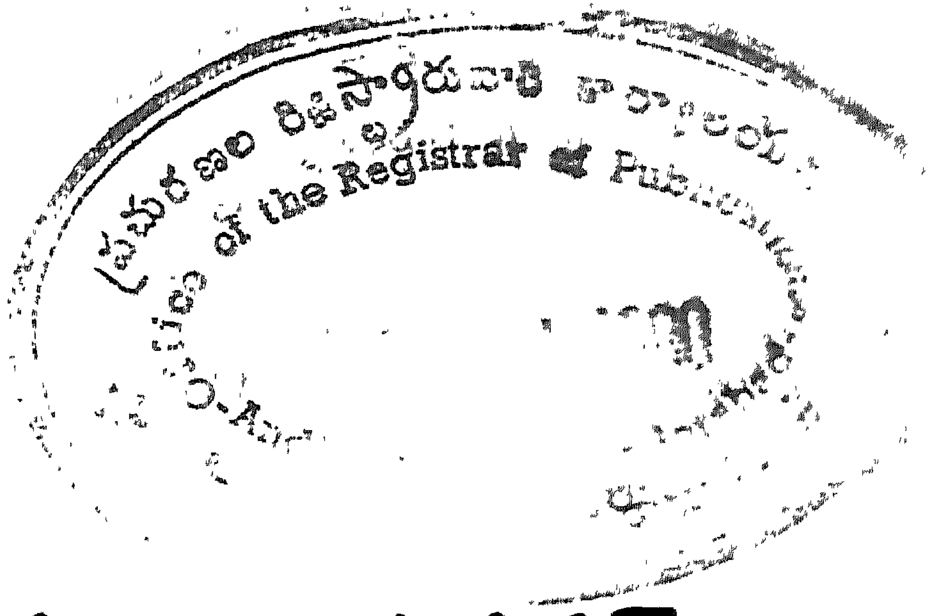
వివేకానికి, విజ్ఞానానికి, విజయానికి ప్రతీక

గత 23 సంవత్సరాలుగా సివిల్ సర్వీసులలో (IAS, IPS & Central Services) మరియు గ్రూప్-1 సర్వీసులలో ఎందరో విద్యార్థులు ఉన్నత స్థానాలు సాధించడానికి తోడ్పడిన **ఆర్.సి. రెడ్డి** గారు (Director, IAS Study Circle) విజ్ఞానాన్ని విస్తృతస్థాయిలో విద్యార్థులకు అందించడానికి "**వివేక్**" మాసపత్రిక ప్రారంభించారు. ప్రతి సంచికలో కరెంట్ ఈవెంట్స్ అండ్ ఎనాలసిస్‌తో పాటు సర్వీస్ కమిషన్, ఇతర పోటీపరీక్షల కొరకు వివిధ సబ్జెక్టులపై ప్రముఖ బోధకులు తయారుచేసిన స్టడీమెటీరియల్, ప్రాక్టీస్ ప్రశ్నాపత్రాలు, మోడల్ ప్రశ్నాపత్రాలు; విజ్ఞాన సంబంధ సమాచారంతో పాటు వివేకానికి, విజయానికి తోడ్పడే అనేక అంశాలను, విజయం సాధించిన విద్యార్థులతో, విజ్ఞానాన్ని అందించే ప్రముఖ బోధకులతో ఇంటర్వ్యూలు విద్యార్థులకు ఉపయోగపడే విధంగా "**వివేక్**" అందిస్తున్నది.

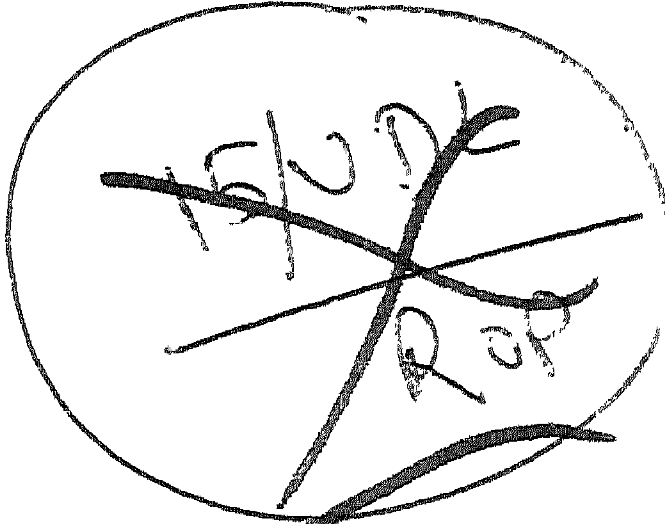
"**వివేక్**" మాసపత్రిక చందాదారులుగా చేరాలంటే ఒక సంవత్సరానికి

R.C.REDDY PUBL CAT ONS

ప్రచారం పొందడం ఎలా?

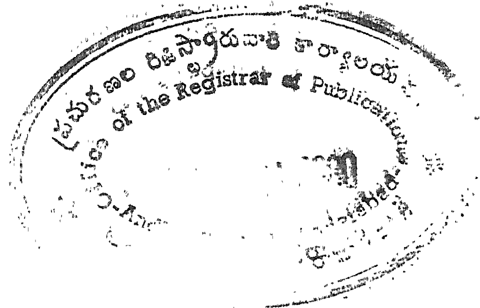


గోవిందరాజు చక్రధర్

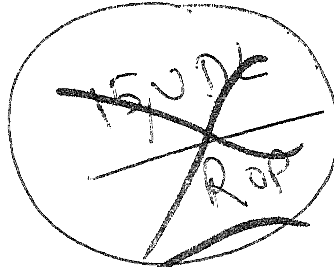


Media House

ప్రచారం పొందడం ఎలా?



గోవిందరాజు చక్రధర్





Publications

Pracharam Pondadam Ela?

(How to get Publicity)

G.CHAKRADHAR

First Edition: December 1999

Cover Design & Cartoons : *Mohan*

Type Setting : **G.S.K.Graphics,**
Kamalanagar, E.C.I.L.Post, Hyderabad

For Copies:

G.CHAKRADHAR
1-9-289/4/2, Mega No.777
Behind Post office
Vidyanagar, Hyd-44
Phone: 760 7307



VISALANDHRA BOOK HOUSE

Hyderabad, Vijayawada, Visakhapatnam, Kakinada,
Guntur, Anantapur, Tirupathi & Hanmakonda

అక్షరాభిషేకం...



మానవత్వం పరిమళించే నిండు జాబిల్లి
ఆధునిక తెలుగు జర్నలిజంలో మేరునగధీరుడు

ఆంధ్రప్రదేశ్ ప్రెస్ అకాడమీ అధ్యక్షులు

శ్రీ పొత్తూరి వెంకటేశ్వరరావు గారికి

ప్రేమతో... గౌరవంతో...

అక్షర శిల్పి - ఆత్మాభిమాన తపస్వి

శ్రీ పొత్తూరి వెంకటేశ్వరరావు

మానవత్వం మనసెల్లా నింపుకున్న నిండు జాబిల్లి. ఆశ్చర్యమే అణువణువు పొంగిపొర్లే నిరంతరాన్వేషి, మాటల్లో మృదుత్వం, చేతల్లో గంభీరత్వం, నాలు దశాబ్దాలకు పైబడిన పరిణత పాత్రికేయత్వం, అందరితో కలుపుగోలుతనం. అయి నమ్మిన విలువల విషయంలో రాజీపడని తత్వం. కుల, మతాలు మనుషుల మ అడ్డుగోడలు కాకూడదన్న ఆరాటం. తనవంతుగా 'ప్రణవం'తో కృషికి సాకారం. సమకాలీ ప్రపంచంలో వైవిధ్య భరిత మిత్రత్వం. అయినా తరతమ భేదాలు ఎంచని సమాదర రక్తగతమైన ఆత్మాభిమానం. అణువణువునా తొణికిసలాడే ఓపెన్ నెస్.

ఈ అన్నింటి సమాహారమైన బహుముఖ వ్యక్తిత్వం. 20వ శతాబ్ది ద్వితీయార్థ తెలు జర్నలిజంలో మేరునగధీర వ్యక్తిత్వం. సంపాదకీయం రాసినా, వ్యాసం చెక్కిన రేడియోలో కబుర్లాడినా, సభికుల నుద్దేశించి ప్రసంగించినా, ఎన్నికల ఫలితాలన విశ్లేషించినా ప్రతి అక్షరంలో జ్వలించే అనుభవ సారం. నమ్మిన విలువలకే పట్టం. పొత్తూరి వెంకటేశ్వరరావు వ్యక్తిత్వం అక్షరాల్లో ఒదగదు. ఆయన కురిపించే ఆత్మీయత చందనాలు అనుభవైక వేద్యాలు. సిద్ధాంత రాద్ధాంతాలు ఎన్నివున్నా. అందరి ప్రేమాస్పదులు. అందుకు ఆయన వ్యక్తిత్వమే సోపానం. తీవ్రవాదుల సమస విషయంలో గొంతెత్తి మాట్లాడే ఆయనే పోలీసుల బాధాగాథాలహారి పైనా అదే స్థాయిల ప్రతిస్పందిస్తారు. తనకు రాజకీయ సిద్ధాంతాలతో నిమిత్తంలేదని, మనిషే ముఖ్యమని అంటారు. ఆయన మెదడొక కంప్యూటర్ డిస్క్. ఆ డిస్క్‌లో ఒదిగిన అనుభవాలెన్నో ఆత్మీయతానుబంధాలెన్నో. అవసరాన్ని బట్టి, అనువును బట్టి ఆ డిస్క్‌లోని పేర్లన రీకాల్ చేసి స్క్రీన్ మీద ఆవిష్కరిస్తారు. అంతరంగికులకు మాత్రమే అర్థమయ్యే మూర్తిమత్వం ఇది.

గుంటూరు జిల్లా పొత్తూరులో శ్రీమతి పన్నగేంద్రమ్మ, శ్రీ వెంకటసుబ్బయ్య దంపతుల ఇంట 1934 ఫిబ్రవరి 8వ తేదీన జన్మించిన శ్రీ పొత్తూరి వెంకటేశ్వరరావుకు ముగ్గురమ్మలు. జన్మనిచ్చిన తల్లి ఒకరైతే పెంచినమ్మ సంపూర్ణమ్మ. మరో అమ్మ జిల్లెళ్ళమూడి అమ్మ. ప్రతి స్త్రీలోనూ మాతృమూర్తిని ఆయన దర్శిస్తారు. 1957లో ఆంధ్ర జనతలో జర్నలిజానికి శ్రీకారం చుట్టి, ప్రధాన తెలుగు పత్రికల సంపాదక బాధ్యతలను సమర్థంగా నిర్వహించారు. వివిధ కాలాల్లో, వివిధ పత్రికల్లో ఆయన రాసిన సంపాదకీయాలు ఆయన సునిశిత పరిశీలనా దృష్టికి, రచనా నైపుణ్యానికి దర్పణాలు.

ఆంధ్రప్రదేశ్ ప్రెస్ అకాడమీ అధ్యక్ష పదవికి శ్రీ పొత్తూరి సరికొత్త వన్నెలు అద్దారు. పత్రికా రచయితలకు ఉపకరించే, తెలుగు జర్నలిజానికి నిగారింపునిచ్చే ఎన్నో కార్యక్రమాలను చేపట్టి సాగిస్తున్నారు.

ఇది నాలుగు దశాబ్దాలకు పైబడి అనుభవాన్ని గడించిన పాత్రికేయ మేరునగధీరుడికి, మానవతావాదికి, గురువుకి ఆత్మీయంగా, అభిమానంగా నిండు మనసుతో చేస్తున్న అక్షరాభిషేకం.

- గోవిందరాజు చక్రధర్

ఇలా చదవండిక...

- శ్రీ పి.వి.శ్రీరామశాయి గెస్ట్‌కాలమ్

ఇంటర్'వ్యూ' పాయింట్

నిన్న - నేడు - రేపు

నిన్న కరిగిన కల - రేపు విరిసే హరివిల్లు
నేటి సార్థక జీవితం
నిన్నటి కలలకు సాకారం
రేపటి ఊహకు ప్రతిబింబం
నేడు సాగించు సుసంపన్న జీవితం
చేసుకో నేటి జీవితం ఫలప్రదం

- సంస్కృత సూక్తి

ఇప్పుడు ప్రచారమే సమస్తం



ఇప్పుడు ప్రచారమే సమస్తం అయింది. మీమీ రంగాల్లో మీరెంతటి మంచి పనులు చేస్తున్నప్పటికీ ఆ విషయం పదిమందికీ తెలియకపోతే ప్రయోజనం శూన్యం. రేడియో, టీవీ, వార్తాపత్రికల వంటి జనమాధ్యమాలు ప్రజలపై విశేష ప్రభావాన్ని చూపిస్తున్నాయి. ప్రజాభిప్రాయాన్ని మలచటంలో ఈ మాధ్యమాల ప్రభావం నానాటికీ పెరుగుతూ వస్తోంది.

రకరకాల టీవీ ఛానెల్స్ అందుబాటులోకి రావటం, వార్తాపత్రికలు కూడా మల్టీ ఎడిషన్లతో విస్తరించడం, జిల్లా అనుబంధాలను ప్రచురించడంతో పూర్వంకంటే ఇప్పుడు బాగా అవకాశాలు

అందివచ్చాయి. మీరు ఏ స్థాయి నాయకుడైనప్పటికీ, ఏ కార్యకలాపం నిర్వహిస్తున్నప్ప రేడియో, టీవీ, వార్తాపత్రికలద్వారా ఆయా కార్యకలాపాలను పదిమందికీ తెలియచేసే అద అవకాశాలు మీ ముంగిట నిలిచాయి. మీ ఇమేజిని, సంస్థ ఇమేజిని పెంచుకోవడా జనమాధ్యమాలను వేదికలుగా చేసుకోవచ్చు. ఈ మాధ్యమాలను సద్వినియో చేసుకున్నవారు అనూహ్యరీతిలో రాజకీయంగా, సామాజికంగా అద్భుత ఫలితాల సాధిస్తున్నారు. ఒక్కమాటలో చెప్పాలంటే ఇది ప్రచార యుగం.

జనమాధ్యమాలద్వారా పూర్తి ప్రయోజనాలను పొందడం అంత ఆషామాషి వ్యవహా కాదు. పత్రికా రచయితలను ప్రసన్నం చేసుకుని బాగా ప్రచారం పొందడానికి దగ్గరిదారు లేవు. ప్రలోభాలు చూపితే తాత్కాలికంగా లాభపడవచ్చేమో కానీ దీర్ఘకాలంలో చెరుపు తప్ప

జనమాధ్యమాలద్వారా బాగా రాణించడానికి అవసరమైన ఒడుపులను, అనుసరించాల్సి వ్యూహాలను తెలుసుకుందాం.

ప్రచారం అంటే...

పదిమందికి ఒక విషయం పనిగట్టుకుని తెలియచెప్పడాన్నే ప్రచారం అంటార ఎవరయినా రెండు విధాలుగా ప్రచారం చేసుకోవచ్చు. మొదటి విధం- ఖర్చుతో కూడి ప్రచారం. రెండో విధం- పైసా ఖర్చు లేకుండా ఉచితంగా లభించే ప్రచారం. ఉదాహరణ ఓ సినిమా నిర్మాత తన సినిమా ఫలానా తేదీన విడుదల అవుతోందంటూ పత్రికలకు వాణిజ ప్రకటన ఇవ్వవచ్చు. ఈ వాణిజ్య ప్రకటనకు డబ్బు చెల్లించక తప్పదు. నిర్మాత స్థోమతన బట్టి పత్రికల్లో కావలసిన స్థలాన్ని కొనవచ్చు. ఒక పేజీ నిండుగా సినిమా ప్రకటన ఇవ్వవచ్చు చేతిలో డబ్బుండాలేగానీ పత్రికల్లో ఎన్ని పేజీలయినా ఎన్నాళ్ళయినా కొనవచ్చు. అయితే ఇందుకు భారీ మొత్తం చెల్లించాల్సి ఉంటుంది. ఇదే ప్రచారాన్ని మనం ఇంకో వైపునుం చూద్దాం. అదే సినిమా నిర్మాత విలేకరులను రప్పించి ఇష్టాగోష్ఠిని ఏర్పాటు చేశాడనుకోండి ఆ గోష్ఠిలో నిర్మాత తాను చెప్పదల్చుకున్న సమాచారాన్ని విలేకరులకు అందజేస్తాడు. వార ఆ సమాచారాన్ని తమ సినిమా పేజీలో వార్తగా రాసుకుని ముద్రించుకుంటారు. ఇందుకోసం పత్రికలకు కానీ విలేకరులకు కానీ డబ్బు చెల్లించక్కర్లేదు. ఇది ఉచితంగా లభించిన ప్రచారం

ఇంతకూ ప్రచారం ఎందుకు?

తమ పేరును అచ్చులో చూసుకోవాలని, తమ మొహాన్ని టెలివిజన్‌లో చూసుకోవాలని ఉబలాటపడేవారు కొందరుంటారు. వీరు ఆ ఉబలాటం తీర్చుకోడానికే పత్రికల్లో, టీవీల్లో ఉచిత ప్రచారంకోసం వెంపర్లాడుతుంటారు. అయితే అంతమాత్రాన ప్రచారం పరిధి దానికే పరిమితమై ఉందనుకోవటం పొరపాటు. ప్రచారంకోసం ప్రయత్నించడానికి చాలా బలమైన కారణాలు ఉన్నాయి.

ఇతరుల దృష్టిని ఆకర్షించడం: ఇతరుల దృష్టిని ఆకర్షించడమనేది ప్రచారంతాలూకు ఒకానొక బలమైన ప్రేరణ. ఇతరుల దృష్టిని ఆకర్షించాలని కోరేవారు మనలో చాలామందే ఉన్నారు. ఈ ఇతరుల దృష్టిని ఆకర్షించడం అనే నాణేనికి రెండు పార్శ్వాలున్నాయి. ఒక పార్శ్వం ఇతరుల దృష్టిని ఆకర్షించడమైతే మరో పార్శ్వమేమో ఒక విషయాన్ని లేక సమస్యను

తోటి ప్రజలకు తెలియచెప్పడం. ఉదాహరణకు ఒక రచయిత ఉన్నట్టుండి చనిపోతాడు. ఆయన రాసిన కథలు, కవిత్వాల కట్టింగ్స్ ఆయన ఇంట్లో లేవు. ఆయన రచనలను మీరే ప్రచురించాలనుకోవచ్చు. లేదా వాటిని సేకరిస్తే ప్రచురిస్తామని మీకు ఓ ప్రచురణ సంస్థ హామీ ఇవ్వవచ్చు. పనిలోపనిగా కీర్తిశేషులయిన ఆ రచయిత తన రచయిత మిత్రులకు రాసిన లేఖల్ని సైతం ప్రచురించొచ్చు. ఫలానా రచయిత రాసిన రచనలు, లేఖలు మీ వద్ద ఉంటే కింది చిరునామాకు వెంటనే పంపండి అంటూ మీరు ఏ దినపత్రికకు లేఖరాసినా దాన్ని యథాతథంగా ప్రచురిస్తారు. ఆ రచయిత కృషిగురించి, రచనల వివరాల గురించి మీరు కాస్త విపులంగా మీ లేఖలో రాసినా నిస్సందేహంగా ప్రచురిస్తారు. అసలు అది లేఖ కిందికి రాదు. ఇలాటి వాటిని విజ్ఞప్తి కింద ఓ చిన్నవ్యాసం లాగానే ప్రచురించడం కద్దు. గురజాడ, వీరేశలింగం, చలం, కొడవటిగంటి కుటుంబరావు, గోపీచంద్, రాచమల్లు రామచంద్రారెడ్డి వగైరా రచయితల మరణానంతరం ఇలాటి విజ్ఞప్తులు ప్రచురితమయ్యాయి. అంతేకాదు వారి లేఖలు, డైరీలు కూడా ఆవిధంగా సేకరించి ప్రచురించారు.

మీ కంపెనీ ప్రయోజనాలు నెరవేర్చుకోవచ్చు: మీకో కంపెనీ ఉంది. ఆ కంపెనీ తయారుచేసే సరుకుల్ని అమ్మే షాపు ఒకటి మీరు ప్రారంభించాలనుకుంటారు. ఇందుకోసం మీరు ఓ చిన్న పత్రికా ప్రకటనను రూపొందించి స్థానిక దినపత్రికలకు పంపారు అనుకుందాం. కొన్ని పత్రికలు మీరు పంపిన ప్రకటనను బుట్టదాఖలా చేయొచ్చు. ఇతగాడు షాపు తెరిస్తే మాకెందుకు అనుకోవచ్చు. కొన్ని పత్రికలవారు మీకొక ఉత్తరం రాయొచ్చు. బాబూ మీరీ సమాచారాన్ని మా పత్రికల్లో వ్యాపార ప్రకటన కింద ప్రచురించుకోండి బాగుంటుంది అని సూచిస్తూ లేఖ రాయొచ్చు. మీరు కంగారుపడాల్సిన అవసరం లేదు. మీరు గనుక నగర మేయర్‌తోనో, ఎం.పి.తోనో, మంత్రితోనో మీ షాప్‌కు ప్రారంభోత్సవం చేయించారనుకోండి. పత్రికలు తప్పనిసరిగా ఆ వార్త ప్రచురిస్తాయి. వార్తకు వార్తా వస్తుంది. మీకు అవసరమైన ప్రచారం దక్కుతుంది. అంటే మీరు ఫలానా షాపు ప్రారంభిస్తున్న విషయం ఉచితంగా ప్రచారమవుతుంది. ఆమధ్య హైదరాబాద్ నగరంలో కొన్ని ఫైనాన్స్ కంపెనీలు, చిట్‌ఫండ్ కంపెనీలు సుప్రసిద్ధ సినిమా నటులచే తమ ఆఫీసులకు ప్రారంభోత్సవాలు చేయించాయి. ఫలానా చిట్‌ఫండ్ కంపెనీ ప్రారంభిస్తున్నామన్న వార్త పంపితే ఏ పత్రికైనా వార్తరూపంలో ప్రచురించకపోవచ్చు. ఆ ప్రారంభోత్సవమేదో సినిమా నటి లేదా నటుడితో చేయిస్తే అన్ని పత్రికలవారు వచ్చి వార్త రాసుకుపోతారు.

నిధుల సేకరణ కూడా చేయొచ్చు: మీరొక ఆసుపత్రి కట్టించాలనుకుంటారు. లేదా అనాథశరణాలయం నిర్వహించాలనుకుంటారు. ఆసుపత్రి కట్టించాలన్నా, శరణాలయం నిర్వహించాలన్నా మీవద్ద చాలినన్ని నిధులు లేవు. అయినా ఆవిధంగా ప్రజాసేవ చేయాలన్న తపన మీలో ఉంది. ఇందుకు సంబంధించిన విజ్ఞప్తులను ఉచితంగా ప్రచురించడానికి పత్రికలూ సిద్ధంగా ఉంటాయి. శక్తిమేరకు నిధులిచ్చి ఉడతాభక్తిగా తోడ్పడడానికి ప్రజలూ సుముఖంగా ఉంటారు. మీరు చేయవలసిందల్లా చక్కటి భాషలో విజ్ఞప్తి రాసి పంపడమే. వార్తాపత్రికల సంపాదకులు, రేడియో, టీవీల్లోని న్యూస్ ఎడిటర్లూ సాధారణంగా తాముగా ఇలాంటి సంఘసేవ చేయకపోయినా, సంఘసేవకు నడుంకట్టిన వారికి సహకరించాలను

కుంటారు. అలాటి విజ్ఞప్తిని తమ పత్రికల్లో ప్రచురించి సంఘసేవ యజ్ఞానికి తాము ఒ సమిధను సమర్పించామన్న ఆత్మసంతృప్తి కోసమైనా వారలా ప్రచురిస్తారు. మహారాష్ట్రక చెందిన సుప్రసిద్ధ సంఘసేవకుడు అన్నా హజారే ఏ విజ్ఞప్తి చేసినా మహారాష్ట్రలోని పత్రికలన్నీ ప్రముఖంగా ప్రచురిస్తాయి. పాకిస్తాన్ క్రికెటర్ ఇమ్రాన్‌ఖాన్ తల్లి క్యాన్సర్‌తో చనిపోయింది తన తల్లిని పొట్టన పెట్టుకున్న క్యాన్సర్ రోగాన్ని నిర్మూలించాలన్న సత్‌సంకల్పంతో ఆయ: తన దేశంలో క్యాన్సర్ ఆసుపత్రి నిర్మాణాన్ని తన సొంత డబ్బుతో ప్రారంభించారు. తర్వా: కొన్నాళ్ళకు అన్ని దేశాల వారినీ అన్ని వర్గాలవారినీ నిధులకోసం విజ్ఞప్తులు చేశారు. ఆ సందర్భంగా ఇమ్రాన్‌ఖాన్ చేసిన విజ్ఞప్తులను, ప్రకటనలను ప్రపంచంలోని ఎన్నో ప్రధా: పత్రికలు ప్రముఖంగా ప్రచురించాయి.

ఈ అంశాలను మరవద్దు: ప్రచార కార్యక్రమానికీ కొన్ని సూత్రాలున్నాయి. అనవసరంగ అపనిందల పాలు కాకుండా ఉండడానికి, లీగల్ ఇబ్బందులు ఎదురవకుండా చూసుకోడానికి మానసిక ఆందోళనకు, ఆవేదనకు గురికాకుండా ఉండడానికి ఈ సూత్రాలు పాటించడ(తప్పనిసరి.

ఆషామాషీగా వద్దు: ఏ ప్రచార కార్యక్రమమైనా ఆషామాషీగా ప్రారంభించొద్దు. చేసే పనేదో- అది చిన్నది కానీ, పెద్దదికానీ- సీరియస్‌గా చిత్తశుద్ధితోనే ప్రారంభించండి. పత్రికలకు ప్రకటన పంపి అది అచ్చుకాగానే నాపని ముగిసిందన్న భరోసా ధోరణి పనికిరాదు. పత్రికా ప్రకటన చూశాం. మీ పని ఎంతవరకూ వచ్చింది అంటూ ఇతరులు పదే పదే మీకు ఫోన్ చేసే పరిస్థితి సృష్టించకండి. నిజంగా ఆ పని చేయదల్చుకుంటేనే ప్రచారం పొందండి. ఆషామాషీగా కేవలం అచ్చులో పేరు కోసం చేస్తే పత్రికలవారికే కాదు అందరికీ మీమీద నమ్మకం పోతుంది. సొంతం చేయదల్చుకుంటేనే ప్రచారం ప్రారంభించండి.

జర్నలిస్టులకు సాయపడండి: ముఖ్యంగా విలేకరులు ఎప్పుడూ బిజీగా ఉంటారు. పని భారంతో నలిగిపోతుంటారు. ఒక్కోసారి ఒక చిన్న వార్తను కవర్ చేయడానికి ఏడెనిమిది గంటలు శ్రమపడాల్సి ఉంటుంది. కేబుల్ టెలివిజన్లు రంగ ప్రవేశం చేసి గంట గంటకూ వార్తలు ప్రసారం చేస్తూండడంతో పత్రికా విలేకరులపై ఒత్తిడి మరింత పెరుగుతోంది. విలేకరి పని ఒత్తిడిని దృష్టిలో పెట్టుకుని మీరు చెప్పదల్చుకున్న విషయాన్ని చక్కగా నోట్ రూపంలో రాయండి. అవసరమైతే ఈ నోట్‌కు అదనంగా విడిగా పూర్వాపరాల వివరాలు రూపొందించి విలేకరికివ్వండి. ఈ పూర్వాపరాలను ఉపయోగించుకునే విషయాన్ని విలేకరికే వదలండి. దీని విషయం వత్తిడి తేవద్దు. ఆ నోట్ అచ్చుకోసం, ఈ బ్యాగ్రౌండ్ మెటీరియల్ మీ అవగాహనకోసం అని చెప్పి ఇవ్వండి. ఇలా చేయడం వల్ల జర్నలిస్టుల భారం తగ్గించిన వారవుతారు. నీటుగా నోట్ రాస్తే కొద్దిగా మార్పులు చేసి వెంటనే అచ్చుకివ్వబుద్ధవుతుంది. మీరు ఎంత ముఖ్యమైన విషయం రాసినా, ఆ రాసిందేదో కంగాళీగా ఉంటే అది చదివిన విలేకరి ఇదంతా నేనెక్కడ తిరగరాసేది భగవాన్ అని నిట్టూరుస్తాడు. కనుక విలేకరి నిట్టూర్చేలా చేయకండి. ఒక్క విషయం గుర్తుంచుకోండి. విలేకరి సాయం మీకు అవసరమైనట్లే, మీ సాయం విలేకరికి అవసరమే. మీకు ఉచిత ప్రచారం కావాలి, ఆయనకు వార్త కావాలి.

వాస్తవాలు చక్కగా పొందుపరచండి: వాస్తవాలు సేకరించి వాటికొక రూపం ఇవ్వటం అనుకున్నంత సులువేమీ కాదు. పెద్ద పెద్ద వాళ్ళే వాస్తవాల సేకరణ విషయంలో బోల్తాపడ్డ సందర్భాలున్నాయి. పప్పులో కాలేసిన ఉదాహరణలున్నాయి. కనుక మీరు రాసిందాన్ని మరోసారి శ్రద్ధగా చదివి వాస్తవాలను నిర్ధారించుకోండి. మీ అవాస్తవాలు ఇతరులకు మనస్తాపం కలిగించొచ్చు. లేదా అవి మిమ్మల్ని కోర్టుకు లాగడానికి దారితీయొచ్చు. వ్యక్తుల పేర్లు, స్థలాలు, తేదీలు అన్నీ కచ్చితంగా ఉండేలా చూడండి. విజయనగరంలో రోణంకి అప్పలస్వామి అనే ప్రసిద్ధ రచయిత ఉండేవారు. ఒకసారి విజయనగరం జిల్లాలోని ఒక లెక్చరర్ రచయిత తాను ఎక్కడో విన్న విషయాన్ని ఒక ప్రఖ్యాత తెలుగు పత్రికకు పంపాడు. రోణంకి అప్పలస్వామిగారు ఫలానాతేదీన మరణించారంటూ ఆ లెక్చరర్ వార్త రాసిపంపితే ఇందులో తనిఖీ చేసుకునేదేముంది? మన విలేకరి కాకపోయినా రచయిత రాసింది నమ్మొచ్చు అనుకుని ఆ పత్రిక రోణంకి వారి మృతి వార్తను ఫోటో సహితంగా ప్రచురించింది. అసలు వాస్తవమేమంటే ఆరోజు రోణంకివారు మరణించలేదు. ఏదో కాస్త జబ్బుచేసి తిరిగి కోలుకున్నారు. ఆ లెక్చరర్ ఎవరో బస్టాండులో అనుకుంటుంటే విని, నిర్ధారించుకోకుండానే మరణవార్త రాసి చేతులు దులుపుకున్నాడు. ఆ వార్త ప్రచురించిన తెలుగు దినపత్రిక అసలు వాస్తవం తెలుసుకున్నాక విచారం ప్రచురించి రోణంకివారిని క్షమాపణ కోరింది. అంతేకాదు ఆ పత్రిక ఎడిటర్ తమ విలేకరిని ప్రత్యేకించి విజయనగరం పంపించి రోణంకివారితో ఓ చక్కటి ఇంటర్వ్యూ చేయించి ప్రముఖంగా ప్రచురించారు.

కోర్టులచుట్టూ తిరిగే పనివద్దు: మీరు పంపే సమాచారం పత్రికలవారిని కోర్టుల చుట్టూ తిప్పించేదిగా ఉండకుండా చూడండి. పత్రికలవారికి లీగల్ వ్యవహారాల్లో మంచి అవగాహనే ఉంటుంది. మీరు పంపిన సమాచారంలో అభ్యంతరకరమైనది ఏదయినా ఉంటే దాన్ని తొలగించే ప్రచురిస్తారు. అయినా మీకు కూడా ఈ విషయంలో స్పష్టమైన అవగాహన ఉండడం అవసరం. ముఖ్యంగా మూడు విషయాలు తప్పనిసరిగా తెలియాలి.

పరువునష్టం: వ్యక్తులపైకానీ సంస్థలపైకానీ నిందాపూర్వకంగా రాయకూడదు. అలా రాస్తే పత్రికలను కోర్టుకులాగే ప్రమాదం ఉంది. ఇతరుల పరువుకు భంగం కలిగించేదేదీ రాయకండి. మిమ్మల్ని, మీ సంస్థను పొగడడం కోసం ఇతరుల్ని తెగడే పనికి దిగొద్దు.

అశ్లీలం: మీరు పంపే సమాచారంలోకానీ, నిర్వహించే ఎగ్జిబిషన్‌లోకానీ అశ్లీలమైనదేదీ ఉండకుండా చూడండి. కోరి వివాదాలను తెచ్చుకోకండి. ఉదాహరణకు మీరొక పెయింటింగ్ ఎగ్జిబిషన్ నిర్వహించాలనుకున్నారు. మీరు అక్కడ ప్రదర్శించే చిత్రాలన్నీ వివాదరహితమైనవిగా ఉండాలి. ఒక చిన్న ఉదాహరణ- ఆమధ్య సుప్రసిద్ధ చిత్ర కళాకారుడు ఎం.ఎఫ్.హుస్సేన్ చిత్రించిన ఒక పెయింటింగ్ ఆయన అరెస్టు వారెంటుకు దారితీసింది. ఆయన హిందూదేవత సరస్వతి బొమ్మను గీశారు. అయితే ఆయన సరస్వతీదేవిని నగ్నంగా చిత్రించడంతో కొంతమంది ఆయనపై కేసుపెట్టారు. వివాదాస్పదమైన పనిచేస్తే మీ పలుకుబడి తగ్గిపోతుంది. పత్రికలవారూ, ఇతరులు ఈయనతో పెట్టుకోకూడదు బాబూ అనుకుని మీకు సహకరించకపోయే ప్రమాదం ఉంది. ఈ విషయంలో అవసరమైతే లాయర్ల సలహాలు

తీసుకోండి. కోర్టుకి వెళ్ళినా నెగ్గగలను అన్న ధీమా ఉంటే వివాదగ్రస్త చర్యలు కూడా చేయొచ్చు. కోర్టులో నెగ్గితే మీ ప్రతిష్ఠ పెరుగుతుంది కూడా.

అధికార రహస్యాలు: ప్రభుత్వ వ్యవహారాలకు సంబంధించిన కొన్ని రహస్యాలను వెల్లడిస్తే మిమ్మల్ని ప్రాసిక్యూట్ చేసే ప్రమాదం ఉంటుంది. కనుక ప్రభుత్వ రహస్యాలను బహిర్గతం చేసి అనవసరంగా ఊబిలో దిగకండి. ఉన్నతస్థాయిలో ఏదైనా అక్రమం జరిగితే అది పదిమందికి తెలియడం అవసరమని మీరు భావించే పక్షంలో ఆ విషయాల్ని పత్రికా విలేకరుల దృష్టికి తెండి. వాళ్ళ తిప్పలేవో వాళ్ళు పడతారు.

ఎడిషన్ వేళలు

పత్రికలవారితో సమర్థంగా, ఉపయోగకరంగా సంబంధాలు కొనసాగించాలంటే ఆయా పత్రికల ఎడిషన్ వేళలపై అవగాహన కలిగివుండడం అవసరం. ఈనాడు, వార్త దినపత్రికలు చాలా కేంద్రాలనుంచి ప్రచురితమవుతున్నాయి. ఎడిషన్ల సంఖ్య ఎక్కువైనందువల్ల రాష్ట్రంలోని పాఠకులందరికీ సకాలంలో తాజావార్తలు అందించే అవకాశం ఏర్పడింది. కరీంనగర్‌లో ఒకప్పుడు పత్రిక ప్రచురణ కేంద్రం ఉండేది కాదు. హైదరాబాద్‌లో పత్రికను అచ్చువేసి తెల్లారేసరికల్లా కరీంనగర్‌లో పత్రిక అందించడానికి కనీసం ఆరేడు గంటలు పడుతుంది. అంటే కరీంనగర్ పంపే పత్రికను రాత్రి ఎనిమిదింటికే సిద్ధం చేసి వ్యాన్లలోకి ఎక్కించేవారు. ఎనిమిది గంటలకు అచ్చుపని పూర్తవాలంటే ఆరు గంటలకే పేజీలు సిద్ధంకావాలి. ఆరు గంటలకే పేజీలన్నీ సిద్ధం కావాలంటే అంతకుముందే వార్తలన్నీ కంపోజ్ కాకతప్పదు. అంటే హైదరాబాద్ నుంచి కరీంనగర్ జిల్లాకు పత్రిక పంపాలంటే వార్తల కవరేజి డెడ్‌లైన్ సాయంత్రం 5.30 గంటలన్న మాట. ఈ 5.30 సమయం కూడా మరీ ముఖ్యమైన వార్తలకే నిర్దేశితమై ఉంటుంది. ఎడిషన్ డెడ్‌లైన్ దగ్గరపడేకొద్దీ మరీ ముఖ్యమైన వార్తలయితే తప్ప కంపోజ్‌కు పంపరు. ఇలా కాకుండా కరీంనగర్‌లోనే పత్రికా ప్రచురణ కేంద్రం ఉన్నట్లయితే తీరుబడిగా స్థానిక వార్తల్నీ, జాతీయ వార్తల్నీ అందించే అవకాశం ఉంటుంది. ముఖ్యమైన వార్త ఎదైనా ఉంటే రాత్రి ఒంటిగంటదాకా కరీంనగర్ ఎడిషన్‌లో కవర్ చేయొచ్చు. ఇలా అనిచెప్పి మనం పంపే సమాచారాన్ని ఆలస్యంగా పంపకూడదు. మీరు పంపాలనుకున్న సమాచారాన్ని సాయంత్రమే అందచేస్తే వారు తాపీగా ఎడిట్ చేసుకుంటారు.

మీ ప్రాంతానికి వచ్చే జిల్లా అనుబంధంలో 12 పేజీలు ఉన్నాయనుకోండి. అందులో ఎనిమిది పేజీలను చాలాముందుగానే సిద్ధం చేసి ఉంచుతారు. మొదటి పేజీని, చివరి పేజీని తరువాయి వార్తలకోసం మరో పేజీని ఆఖరుదాకా ఉంచుతారు. అన్ని పేజీలను ఒకేసారి ప్రింటింగ్ సెక్షన్‌కు పంపినా ప్రయోజనం ఉండదు. ఎంచేతనంటే అన్ని పేజీలనూ ఒకేసారి ప్రాసెస్ చేయలేరు. ఈ కారణంవల్ల లోపలి పేజీలను ముందే తయారుచేసి ప్రింటింగ్ సెక్షన్‌కు పంపిస్తారు. ఈ పేజీల్లో ఒక మోస్తరు ప్రాధాన్యంగల వార్తలు, స్పెషల్ స్టోరీస్, సమస్యల వార్తలు వగైరాలుంటాయి. లోపలి పేజీలు తయారవుతున్న వేళలోగా మీ వార్త డెస్క్‌కు చేరితే అది ప్రచురణకు నోచుకునే అవకాశాలు మెండు. ఈ డెడ్‌లైన్‌ను దృష్టిలో ఉంచుకుని మీరు పంపదల్చుకున్న వార్తను విలేకరులకు ఎప్పుడు అందిస్తే అనువుగా

ఉంటుందో ఆలోచించుకోండి.

కొత్తదనం ముఖ్యం

మనిషికెప్పుడూ కాస్త అసాధారణ విషయాలపై ఎక్కువ ఆసక్తి. జర్నలిస్టు కూడా దీనికి మినహాయింపు కాదు. విలేకరులు రొటీన్‌గా ఉండే వ్యవహారాలకంటే అసాధారణంగా కనిపించే అంశాలనే ఎక్కువ పట్టించుకుంటారు. పాఠకులు కూడా నిరంతరం కొత్తదనం కోరుకుంటారు కనుక విలేకరులు, పాఠకుల అభిరుచిని దృష్టిలో ఉంచుకుని కొత్తదనం కోసం వెతుకుతుంటారు.



రొటీన్‌కు భిన్నంగా ఎన్నికల ప్రచార కార్యక్రమాన్ని నిర్వహించటం గురించి మీరెప్పుడయినా ఆలోచించారా? ఈ కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో కొద్దిగా సృజనాత్మకను జోడిస్తే ఎక్కువ పబ్లిసిటీ దక్కే అవకాశం ఉంది. చుట్టుపక్కల గ్రామాల్లో ఎడ్లబండ్లను సమీకరించి వాటికి మీ పార్టీ జెండాలను అందంగా అలంకరించి పెద్ద ప్రదర్శన నిర్వహించొచ్చు. ప్రదర్శన ముగిశాక సభను ఏర్పాటు చేసి ప్రసంగా లిప్పించొచ్చు. ప్రసంగాలయ్యాక జానపద రూపాల్లో సాంస్కృతిక కార్యక్రమాలను నిర్వహించొచ్చు. ఇలా చేస్తే ప్రజలను విశేషంగా ఆకర్షిస్తుంది. ఇలా చేస్తామంటూ పత్రికా ప్రకటనలో ముందే తెలియజేస్తే విలేకరులనూ ఆకర్షించొచ్చు. ఈ కార్యక్రమాలను క్లుప్తంగా అయినా కవర్ చేయాల్సిందే అనుకుంటారు. అంతేకాదు వీడియో కెమెరాలతో టీవీవారు కూడా పాలోమని వస్తారు. సభ చివరన సాంస్కృతిక ప్రదర్శనలు

ఏర్పాటు చేయడం సాధ్యపడలేదనుకోండి. ఫర్వాలేదు. కనీసం ఏ మిమిక్రీ కళాకారుడినో ఆహ్వానించి ప్రదర్శన ఇప్పించండి. ఇలాటివి మీడియా దృష్టిని తప్పనిసరిగా ఆకర్షిస్తాయి. 60లలో ఒకసారి ఉన్నట్టుండి పెట్రోల్ ధర బాగా పెరిగింది. ప్రభుత్వమే పెట్రోలియం ఉత్పత్తుల ధరలు పెంచింది. ప్రభుత్వం తీసుకున్న ఈ చర్యపై కొత్త తరహాలో నిరసన తెలపాలనుకున్న అటల్‌బిహారీ వాజ్‌పేయి ఏం చేశారో తెలుసా? పెట్రోల్ ధర మండిపోతోంది కనుక కార్లో రావటం కష్టం అంటూ ఆయన గాడిదపై పార్లమెంటుకు వెళ్ళారు. ఢిల్లీ పత్రికలు ఫోటోలు కూడా ప్రచురించాయి. వాజ్‌పేయి చేసిన ఆ చర్య జాతి యావత్తును విశేషంగా ఆకర్షించింది. పెద్ద ప్రచారం లభించింది. వాజ్‌పేయి ఆశయం నెరవేరింది. పెట్రోల్ ధరను ప్రభుత్వం విపరీతంగా పెంచిన విషయాన్ని ప్రజానీకానికి తెలియజేయడమే ఆయన ఆశయం. మీడియాను వాటి ద్వారా ప్రజలను ఆకట్టుకోవాలంటే ఒక్కోసారి కొత్త పుంతలు తొక్కాల్సి ఉంటుంది.

మీరొక విషయం గమనించే ఉంటారు. ఇందిరాగాంధీ, వాజ్‌పేయి లాటి జాతీయ నాయకులు గిరిజనులున్న ప్రాంతాలకు వెళ్తే స్థానికంగా వాడే టోపీలనో, డ్రస్సులనో వారికి తగిలించేవారు. అందాకా గమ్మున ఉన్న ఫోటోగ్రాఫర్లు, వీడియో సిబ్బంది తమ పనిముట్లకు ఎక్కువ పని చెప్పేవారు. మరుసటి రోజున అన్ని పత్రికలూ ఆ ఫోటోలను ప్రచురించేవి. ప్రచారం సాధించే టెక్నిక్కులలో ఇదీ ఒకటి మరి.

స్థానిక సమస్యలకు ప్రాధాన్యం

ప్రజలు స్థానికంగా ఎదుర్కొంటున్న ఇబ్బందులు, సమస్యలు పాఠకుల లేక శ్రోతల దృష్టిని ఎక్కువగా ఆకర్షిస్తాయి. ఎక్కడో ఢిల్లీలో జరిగిన పరిణామం కంటే కళ్ళెదుట జరిగిన చిన్న విశేషమైనా మనల్ని ఎక్కువ ఆకర్షిస్తుంది. ఉదాహరణకు మీరు తెలంగాణా ప్రాంతంవారనుకోండి. ఎన్నికల ప్రచారం సందర్భంగా జాతీయ నాయకులు మీ ప్రాంతానికి వచ్చారు. మీరు మీ ప్రాంతంలో సంభవించిన పత్తిరైతుల ఆత్మహత్యలపై చక్కటి విశ్లేషణాత్మక నోట్ రాసి జాతీయ నాయకులకు అందజేస్తే వారు తమ ప్రసంగంలో ఆ విషయం ప్రస్తావిస్తారు. పత్రికలవారు, రేడియో, టీవీలవారు ఈ స్థానిక అంశానికి ప్రత్యేక ప్రాముఖ్యం ఇచ్చి అందిస్తారు. అయితే పత్తి రైతుల ఆత్మహత్యలపై మీరు రాసిన నోట్ విశ్లేషణాత్మకంగానూ, నమ్మతగింది గానూ ఉండాలి.

తిరస్కరిస్తే నిరాశ పడకండి

మీరు అందజేసే ప్రతి సమాచారాన్నీ మీడియా విధిగా ఉపయోగించుకుంటుందన్న హామీ ఎవరూ ఇవ్వలేరు. మీరిచ్చిన సమాచారాన్ని ప్రచురణకు నిరాకరించేందుకు బోలెడు కారణాలుండొచ్చు. మీరిచ్చిన ప్రతి సమాచారం అచ్చుకాలేదని ఆందోళన చెందొద్దు. మీ ప్రకటనలను, నోట్‌ను, సమాచారాన్ని రెండుమూడుసార్లు తిరస్కరించినా నిరాశా నిస్పృహలకు గురికావద్దు. మీరిచ్చిన సమాచారంలో లోపం ఎక్కడుందో నింపాదిగా ఆలోచించండి. పత్రికలవారు ప్రచురణకు స్వీకరించలేదంటే తగిన కారణం ఉండే ఉంటుంది. పత్రికలపై కానీ, విలేకరులపై కానీ ఉత్తి పుణ్యానికి అపోహలు పెంచుకోకండి.

వార్తకు విలువ ఎక్కువ

ఏ రాజకీయపార్టీ అయినా, స్వచ్ఛంద సంస్థే. పార్టీలోని సభ్యులు ఆ పార్టీ ఆశయాలకు, విధానాలకు ఆకర్షితులై ఐచ్ఛికంగా సేవలు అందిస్తుంటారు. రాజకీయపార్టీలు పెద్ద మొత్తాల్లో డబ్బు చెల్లించి పత్రికల్లో వాణిజ్య ప్రకటనలు ఇచ్చుకోలేవు, ఇచ్చుకోవు. వాణిజ్య ప్రకటనలపై బతికే పార్టీల మీద ప్రజలకు నమ్మకం ఉండదు. కొన్ని రాజకీయ పార్టీలకు ఆర్థిక స్థోమత ఉన్నా ప్రతి విషయానికీ వాణిజ్య ప్రకటన ఇవ్వటం కుదరదు. వార్తగా అచ్చయిన సమాచారానికి ఉన్న విలువ వాణిజ్య ప్రకటనద్వారా అందించే సమాచారానికి ఉండదు. పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్‌లు డబ్బు ప్రసక్తి లేకుండా ఉచితంగా అందజేసే సమాచారమే పార్టీ ప్రచారం. ఈ ప్రచారానికి పెద్దగా ఖర్చు ఉండదు. విలేకరులకు టీ, బిస్కట్లు, వారి రాకపోకలకు ఓ వాహనం, పత్రికా సమావేశం ఏర్పాటు చేయడానికి ఓ హాలు ఉంటే సరిపోతుంది. అంటే చాలా స్వల్ప ఖర్చుతో మనం ఘనంగా ప్రచారం చేసుకోవచ్చునన్నమాట. అయితే ఒక విషయం గుర్తుంచుకోవాలి. పత్రికలు ఎప్పుడూ ప్రజలకు ఆసక్తికరమైన, ఉపయోగకరమైన సమాచారాన్నే అందజేయడానికి ప్రయత్నిస్తాయి. కనుక ప్రచార సాధనాల (మీడియా)ద్వారా ఖర్చులేని ప్రచారాన్ని సాధించాలంటే మీడియా స్వరూప స్వభావాల గురించి చక్కటి అవగాహన అవసరం.

ఏది వార్త?

పత్రికలు సాధారణంగా సరికొత్త సమాచారాన్ని వార్తలుగా ప్రచురిస్తాయి. కాబట్టి మీరు గనుక మంచి వార్త అందజేస్తే పత్రికలవారు కళ్ళకద్దుకుని మరీ ప్రచురిస్తారు. మరి వార్త అంటే ఏమిటి? ఏది వార్త? ఏది వార్త కాదు? సత్యమేదో, అసత్యమేదో తెలుసుకోవటం కష్టం కావచ్చు. కానీ ఏది వార్తో, ఏది వార్తకాదో గ్రహించడం బ్రహ్మవిద్యేమీ కాదు. వార్తను గ్రహించడానికి కొన్ని కొలబద్దలున్నాయి. మనిషికి కొలబద్ద మానవత్వం అయితే వార్తకు కొలబద్ద వార్తాతత్వం. వార్తను సర్వసంపూర్ణంగా కొలవలేని మాట నిజమే అయినా వార్తను బేరీజు వేయడానికి కొన్ని స్పష్టమైన లక్షణాలున్నాయి. ఆ లక్షణాలను మనమిప్పుడు పరిశీలిద్దాం.

మానవాసక్తి: మానవాసక్తి (హ్యూమన్ ఇంట్రెస్ట్) అంటే మీరు విడుదల చేసే పత్రికా ప్రకటనలో లేదా నిర్వహించే పత్రికా సమావేశంలో వ్యక్తమయ్యే విషయాలు ప్రజల జీవితానికి సంబంధించినవై ఉండాలి. ఆ విషయాలు ప్రజల జీవితాలతో ఎంత సన్నిహితంగా ముడివడి ఉంటాయో అవి అంతగా ఆసక్తికరంగా ఉంటాయి. అంటే, ఆ వార్తలోని ప్రధానాంశం ఒక వ్యక్తి జీవితానికి సంబంధించింది అయినా లేదా ఆ వార్తాంశం ప్రజలపై ప్రత్యక్ష లేక పరోక్ష ప్రభావం చూపేదయినా మానవాసక్తి వార్త అనిపించుకుంటుంది. మీకిక్కడ ఓ సందేహం రావచ్చు. ఏదైనా ఒక రాజకీయ పార్టీ లేదా స్వచ్ఛంద సంస్థ ఎన్నికల ప్రచార సభ నిర్వహిస్తే అది పార్టీ సభ అవుతుంది కనుక అది ప్రజలకు సంబంధించింది ఎలా అవుతుంది? అన్న అనుమానం కలగడం సహజమే.

కాస్త లోతుగా ఆలోచిస్తే ఈ అనుమానంలో వాస్తవం లేనట్లు తేటతెల్లమవుతుంది. ఎంచేతనంటే ఇందుగలడు అందులేడు అన్నట్లు, ఇవాళ అన్ని జీవన రంగాల్లోనూ రాజకీయాలు ప్రతిఫలిస్తున్నాయి. రాజకీయాల స్పర్శలేని రంగమే లేదు. ఏ సాంస్కృతిక

కార్యక్రమం నిర్వహించినా మంత్రినో, ఎంపీనో ఆ కార్యక్రమానికి పిలుస్తారు. నానా రకాల కార్పొరేషన్ల, బోర్డుల అధ్యక్షులుగా కొనసాగుతున్నది రాజకీయ నాయకులే. ఇవాళ రాజకీయ నేతలు చొరబడని రంగమంటూ లేదు. ఏ సభలో రాజకీయ నాయకులు ప్రసంగించినా తమ పార్టీ విధానాలను, కార్యక్రమాలను వివరిస్తారు. ప్రత్యర్థుల విధానాలను దుూదేకినట్లు ఏకుతారు. ఇలాటి ప్రసంగాలన్నీ సామాన్య శ్రోతలకు ఆసక్తికరంగానే ఉంటాయి. ఏదైనా వివాదాంశం ఉన్నప్పుడు దానిగురించి రాజకీయ నాయకులు ప్రసంగించినప్పుడు శ్రోతలకు సాధారణంగా ఉత్సుకత కలగడం సహజమే. ధరల పెరుగుదల గురించి, అయోధ్యలో రామాలయం గురించి, పాకిస్తాన్‌తో భారత్ సంబంధాల గురించి, మనం అణ్వస్త్రాలు తయారు చేయాలా? వద్దా? అన్న అంశం గురించి, నిరుద్యోగం గురించి, ఎంసెట్‌లాటి ప్రవేశపరీక్ష ప్రశ్నపత్రాల లీకుగురించి, ఎవరైనా ప్రముఖుడు ఏర్పాటు చేయబోయే రాజకీయపార్టీ గురించి ఇలా దేనిగురించి మాట్లాడినా మనకు ఆసక్తికరంగానే ఉంటుంది. ఏతావాతా చెప్పొచ్చే దేమంటే, మానవాసక్తి కథనం అనగానే అదేదో బ్రహ్మపదార్థం అనుకోరాదు. ప్రజలకు ఏదోవిధంగా సంబంధించిన ప్రతి సమాచారమూ, సంగతీ, వ్యవహారమూ చక్కటి వార్తే అవుతుంది.

ఆమాటకొస్తే జంతువులకు సంబంధించిన సమాచారం కూడా వార్తా స్వభావాన్ని సంతరించుకుంటుంది. ఆమధ్య దూరదర్శన్ వార్తల్లో ఓ వింత చూపించారు. ఓ కుక్క ఉంది. ఒక మనిషి వచ్చి దాని ముందు ఎండుకొబ్బరి కాయ పడేస్తాడు. ఆ కుక్క తనముందరి కాళ్ళతో ఆ కొబ్బరికాయను గట్టిగా పట్టుకుని నోటితో కొబ్బరిపీచు పరపరా పీకిపారేస్తుంది. మళ్ళీ మరో కొబ్బరికాయ పడేస్తారు. ఆ కుక్క నిమిషంలో మళ్ళీ అలాగే పీచులాగి పారేస్తుంది. దూరదర్శన్ ప్రేక్షకులు ఈ దృశ్యాన్ని ఎంతో ఆసక్తిగా తిలకించారు.

సామీప్యత: మనుషులకు దూరంకన్నా దగ్గరపై ఆసక్తి ఎక్కువ. దూరంలో జరిగిన దానికంటె సమీపంలో జరిగిన దానికి ప్రాధాన్యం ఎక్కువ. న్యూయార్క్‌లో 200 మంది మరణించిన వార్తకన్నా నేపాల్‌లో 100 మంది మరణించిన వార్త మనకు ముఖ్యమైనది. నేపాల్ మన పొరుగు దేశం. ఢిల్లీలో పాతికమంది మరణించిన వార్తకంటే హైదరాబాద్‌లో 10 మంది చనిపోయిన వార్త మనకు ఎక్కువ ముఖ్యమైనది. ఎక్కడో పాతబస్తీలో పదిమంది మరణించిన వార్తకంటే మీ పేటలో అయిదుగురు అసువులుబాసిన వార్తే మీకెక్కువ ముఖ్యమైనది.

దీన్నిబట్టి తెలుస్తున్నదేమంటే దూరంపెరిగే కొద్దీ వార్త ప్రాధాన్యం తగ్గిపోతుంది. ఎంత దగ్గరయితే అంత ఎక్కువ ప్రాముఖ్యం. మీడియాను ఉపయోగించదల్చుకున్నవారు ఈ సామీప్యత అంశాన్ని ఎల్లప్పుడూ దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి. సామీప్యత అంశం దృష్ట్యానే స్థానిక వార్తలకు ఇటీవలి కాలంలో తెలుగు పత్రికల్లో ప్రాధాన్యం బాగా పెరిగింది. జిల్లా అనుబంధాలు వచ్చాక, ఇంతకు పూర్వం ఇవి వార్తలే కావు అనుకున్న విషయాలు కూడా ఇప్పుడు భేషుగ్గా వార్తలుగా చలామణి అవుతున్నాయి. ఉదాహరణకు మీ ఊళ్ళో జరిగిన సభలో ఏ కాంగ్రెస్ జాతీయ నాయకుడో బిజెపి జాతీయ నాయకుడో ప్రసంగించారనుకోండి. ఆ జాతీయ నాయకులతో పాటు ఆయా పార్టీల స్థానిక నాయకులు కూడా ప్రసంగించడం సహజమే.

ప్పుడు జాతీయ నాయకుల ప్రసంగాలను మెయిన్ ఎడిషన్లలో ప్రచురిస్తే స్థానిక నాయకుల ఉపన్యాసాలను జిల్లా అనుబంధాల్లో ప్రచురిస్తారు.

సంచలన శీలత: సంచలనం కలిగించే సంఘటనకు లేదా విశేషానికి సహజంగానే ఎక్కువ ప్రాధాన్యం ఉంటుంది. ఓ ఉదాహరణ- రోడ్డు ప్రమాదంలో యువకుడో యువతో మరణిస్తే అది మామూలు వార్తే. జిల్లా ఎడిషన్లలో సింగిల్‌కాలమ్‌లో మాత్రమే అది వార్తగా వస్తుంది. అదే యువకుడు రద్దీగా ఉండే ఓ చౌరస్తాలో ఒంటిపై కిరోసిన్ పోసుకుని ఆత్మహత్య చేసుకుంటేనో, వివాహిత యువతిని స్వయంగా భర్త పీకపిసికి చంపిపారేస్తేనో- ఈ సంఘటనలు సంచలనం కలిగిస్తాయి. అంటే ఈ వార్తలో సంచలన శీలత ఉందన్నమాట. ఈ వార్తలకు ఎక్కువ ప్రాధాన్యం లభిస్తుంది. ముఖ్యంగా యువకుడి ఆత్మాహుతి వార్త ఫోటోతో సహా మొదటి పేజీలో ప్రచురితమవుతుంది. ముగ్గురు అక్కచెల్లెళ్ళు చార్మినార్ నుంచి దూకి ఆత్మహత్య చేసుకుంటే అన్ని పత్రికలూ ఆ వార్తను మొదటి పేజీలోనే ప్రచురించాయి. ఆ వార్త ఇప్పటికీ మన మనస్సుల్లో నిల్చేవుంది.

సమయానుకూలత: సమయానుకూలత (టాపికాలిటీ) అనేది కూడా వార్త ప్రాధాన్యాన్ని పెంచే ప్రధాన అంశమే అవుతుంది. నిన్న రోడ్డు ప్రమాదంలో అయిదుగురు మరణించిన వార్తకన్నా ఇవాళ రోడ్డు ప్రమాదంలో ముగ్గురు మరణించిన వార్తకే ఎక్కువ ప్రాధాన్యం ఉంటుంది. ఎంతన్నా నిన్న నిన్నే. వార్తలను ప్లాన్ చేసేప్పుడు టాపికాలిటీని దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి. ఎన్నికలు జరిగి ఫలితాలు ప్రకటించారు. ఏ రాజకీయ పార్టీకి మెజారిటీ లేని పరిస్థితి ఏర్పడిందనుకోండి. అలాటి సందర్భంలో సహజంగానే హంగ్ పార్లమెంటు ఏర్పడ్డప్పుడు రాష్ట్రపతి చేసే వ్యాఖ్యలకు, విడుదల చేసే ప్రకటనలకు, ఆయన స్పందన ఇలా ఉండవచ్చునని రాజ్యాంగ నిపుణులు చేసే ఊహాగానాలకు ఎక్కువ ప్రాముఖ్యం ఉంటుంది. ఎందుకంటే ఆ సందర్భంలో అందరూ చర్చిస్తున్న, యోచిస్తున్న టాపిక్ అది. ముఖ్యంగా టీవీ ఛానెల్స్ గంటగంటకూ వార్తలు ప్రసారం చేస్తున్న నేటి కాలంలో చద్ది వార్తలకు స్థానమే లేదు. ప్రొద్దున ఒక ఘటన జరిగితే, టీవీ ఛానెల్స్‌ద్వారా శ్రోతలు మధ్యాహ్నం ఆ వార్త వింటారు. సాయంత్రం ఆ వార్తపై వివిధ నాయకుల, ప్రముఖుల వ్యాఖ్యలు, స్పందనలు వింటారు. అది మరింత ముఖ్యమైన సంఘటన అయితే రాత్రి మీడియా నిపుణులతో విశ్లేషణ కూడా చేయిస్తారు. ఈమేరకు, టీవీ ఛానెల్స్ చూసిన ప్రేక్షకులకు ఈ వార్త రేపొద్దిటికే పాత వార్త అయి కూచుంటుంది. మీరు పంపే ఇదే వార్తలో మరిన్ని వివరాలు ఉంటే తప్ప, ఆ వార్తను కొత్త కోణంనుంచి చూస్తే తప్ప ఆ వార్త పఠనయోగ్యత పెరగదు. వార్తలు పాలులాటివి. త్వరగా చెడిపోతాయి.

ఘర్షణ: వార్తా లక్షణాలలో ముఖ్యమైనది ఘర్షణ (కాన్‌ఫ్లిక్ట్). రెండు దేశాల మధ్య సశస్త్ర యుద్ధంనుంచి ఇరుగు పొరుగుల మధ్య పోట్లాట దాకా ఏదయినా ఘర్షణే. హైదరాబాద్ జులాజికల్ పార్క్‌లో ఆడ పులి ఎర్రచారల పిల్లను ఈనితే, ఆ వార్తను ఫోటోతో జిల్లా ఎడిషన్‌లో ప్రచురిస్తారు. అయితే జులాజికల్ పార్క్‌నుంచి తప్పించుకున్న ఓ పులి కనిపించిన వారినల్లా భయభ్రాంతులను చేస్తేనో, ప్రజలపై దాడి చేస్తేనో అది తప్పనిసరిగా మెయిన్ పేజీల్లో రావాల్సిన వార్త. కొన్ని పత్రికలు ఆ వార్తను మొదటి పేజీలో అయినా ప్రచురించొచ్చు.

మార్పు: సమాజంలో చడీచప్పుడు లేకుండా కొన్ని మార్పులు జరిగిపోతుంటాయి. అలాటి మార్పులకు సైతం ఎక్కువ ప్రాధాన్యమే ఉంటుంది. ఇందుకు సంబంధించి రెండు ఉదాహరణలు పరిశీలిద్దాం.

(ఎ) హైదరాబాద్ నగరంలో ముప్పై ఏళ్ళ క్రితం ప్రతి చదరపు కిలోమీటరు విస్తీర్ణంలోనూ 5వేల చెట్లు ఉన్నాయనుకుందాం. ఇవాళ ముప్పై ఏళ్ళ తర్వాత ఆ చెట్ల సంఖ్య విపరీతంగా తగ్గిపోయిన ఫలితంగా కొన్ని పర్యావరణ సమస్యలు తలెత్తాయి అనుకుందాం. ఇలాటి మార్పు సైతం వార్తకు అదనపు ప్రాధాన్యం చేకూరుస్తుంది. ఈ మార్పు ప్రకృతికీ, మనిషికీ సంబంధించింది.

(బి) హైదరాబాద్ నగర జనాభా బాగా పెరిగిపోతోంది. నల్లాల ద్వారా సరఫరా చేసే నీళ్ళు చాలకపోవడంతో జనాలు ఒక పద్ధతీ పాడూ లేకుండా ఎక్కడబడ్డితే అక్కడ బోర్లు వేశారు. దీనికి తోడు గత అయిదారేళ్ళుగా ఇక్కడ వర్షపాతం తగ్గిపోయింది. నగరంనిండా సిమెంట్ రోడ్లే కనుక వర్షపునీరు ఎండకూ, గాలికీ ఆవిరైపోవాల్సిందే తప్ప భూగర్భంలోకి ఇంకిపోయే అవకాశాలు చాలా తక్కువ. ఈ అన్ని కారణాలవల్ల నగరంలోని భూగర్భ నీటివనరులు పూర్తిగా తగ్గిపోయి నీటి సమస్య ఉధృతం కాసాగింది. ఇలాటి మార్పును కూడా వార్తా లక్షణంగా భావిస్తున్నారు.

ఇవి ఉంటే అది సమగ్ర వార్తే

అచ్చుకెక్కతగిన ఏ వార్తలో అయినా ఈ కింది అంశాలు ఉండాలి

1. ఎవరు? 2. ఏమిటి? 3. ఎక్కడ? 4. ఎప్పుడు? 5. ఎందుకు? 6. ఎలా?

దీనినే ఐదు డబ్ల్యులు ఒక హెచ్ సూత్రం అంటారు. అంటే ప్రతి వార్తలోనూ ఈ ఐదు డబ్ల్యులకు ఒక హెచ్‌కు సమాధానం ఉండాలి. మనిషి అన్నతర్వాత మొహం, కాళ్ళు, చేతులు, మొండెం ఉండాలి. ఇందులో ఏది లోపించినా లేక వికృతరూపంలో ఉన్నా మానవ శరీరంలో పెద్ద లోపం కిందే లెక్క. వార్తలో కూడా ఈ అయిదు డబ్ల్యులలో ఒక హెచ్‌లో ఏది లేకపోయినా లోపమే. అయితే కొన్ని వార్తల్లో ఒక్క హెచ్ కానీ ఒక డబ్ల్యుకానీ లోపించవచ్చు. ఉదాహరణకు ఒక ఇంట్లో దొంగతనం జరిగింది. ఎలా జరిగిందో సమగ్రంగా వెంటనే రాయలేకపోవచ్చు. అలాగే ఎందుకు జరిగిందో కూడా కొన్ని సందర్భాల్లో గ్రహించడం కష్టం. మరో ఉదాహరణ- ఒక ఇంట్లో చోరీతోపాటు హత్య కూడా జరిగిందనుకుందాం. దొంగతనానికి వస్తే, ఇంటి యజమాని ప్రతిఘటిస్తే అతన్ని హత్య చేయొచ్చు. లేదా హత్య చేయాలన్న ఉద్దేశంతో వచ్చి హత్య చేశాక కొన్ని నగలు కూడా తీసుకెళ్ళొచ్చు. హత్య తన ప్రధాన ఉద్దేశం కాదని తెలపడానికి దొంగ అలా చేసే అవకాశం ఉంది. కనుక ఇలాటి సందర్భాల్లో ఎందుకు? అన్న ప్రశ్నకు మొదటి వార్తలోనే సమాధానం లభించకపోవచ్చు.

ఐదు డబ్ల్యులకు ఒక హెచ్‌కూ మనం ఇలా సమాధానం ఇవ్వొచ్చు.

ఎవరు - వాజ్‌పేయి లేక సోనియాగాంధీ

ఏమిటి -బహిరంగ సభ

ఎక్కడ- హైదరాబాద్‌లో

ఎప్పుడు - గురువారం లేక ఫలానా తేదీన

ఎందుకు - ఎన్నికల ప్రచారం కోసం

ఎలా - పెద్దఎత్తున

లీడ్ ముఖ్యం

వార్తలో లీడ్‌కు చాలా ప్రాధాన్యత ఉంది కనుక లీడ్ అంటే ఏమిటో ఉదాహరణ సహితంగా తెలుసుకుందాం. మీరు మీ ఇంటిదగ్గర్నుంచి బయల్దేరి మిత్రుడ్ని కలవడానికి వెళ్తున్నారు. మార్గమధ్యంలో మీ కళ్ళముందే ఓ రోడ్డు ప్రమాదం జరిగింది అనుకుందాం. సిటీబస్సు కిందపడి ఓ సైకిలిస్టు దుర్మరణం పాలయ్యాడు. మీ స్నేహితుడి ఇంటికి వెళ్ళాక ఈ ప్రమాదం విషయాన్ని ఎలా వివరిస్తారో ఊహించండి చూద్దాం. నేను ఇంటిదగ్గర్నుంచి ఉదయం ఎనిమిది గంటలకు బయల్దేరాను. నావెంట నా శ్రీమతి కూడా ఉంది. ఇద్దరమూ నడిచే మీ ఇంటికి వస్తున్నాం. మధ్యలో ఓ హోటల్‌కెళ్ళి టిఫిన్, కాఫీలు సేవించి మళ్ళీ నడక అందుకున్నాం. అప్పుడు ఓ ఆర్టీసీ బస్సు యమ స్పీడులో వస్తోంది. అంతలోనే పక్క సందులోనుంచి ఒక సైకిలిస్టు అకస్మాత్తుగా మెయిన్ రోడ్ మీదికొచ్చాడు. స్పీడుగా వస్తున్న సిటీ బస్సుకింద అమాంతం పడి ప్రాణాలు కోల్పోయాడు. ఆ ఘటన చూసి మా ఆవిడ ఒకటే ఏడుపంటే నమ్మండి- మీరు ఈ ఘటనని ఇలా చెప్పనే చెప్పరు.

మరెలా చెప్తారంటే- ఇదిగో ఇలా వివరిస్తారు.

ఫలానా సెంటర్‌లో సిటీబస్సు కింద పడి ఓ యువకుడు చనిపోయాడు అని మీరు సంభాషణ ప్రారంభిస్తారు. అప్పుడు మీ మిత్రుడు 'అయ్యో! అలాగా? ఎప్పుడు జరిగింది?' అని ప్రశ్నిస్తాడు.

"ఇప్పుడే అరగంటయింది. సరిగ్గా ఎనిమిదిన్నర గంటలకు. యువకుడు అక్కడికక్కడే చనిపోయాడు' అని సమాధానం చెప్తారు.

'ప్రమాదం ఎలా జరిగింది ఇంతకూ?' మీ మిత్రుడు ప్రశ్నిస్తాడు.

'మెయిన్ రోడ్డులో సిటీబస్సు వేగంగా వస్తోంది. ఇంతలో పక్క సందులోంచి ఓ సైకిలిస్టు మెయిన్ రోడ్డుమీదికి దూసుకొచ్చాడు. రావటం రావటమే బస్సు ముందు చక్రాలకింద పడిపోయాడు.

ఆ తర్వాత పోలీసులు రంగప్రవేశం చేసిన విషయం, యువకుడి మరణదృశ్యం చూసిన జనం కోపోద్రిక్తులై బస్సు డ్రైవర్‌ను చితకబాదిన విషయం, మృతదేహాన్ని ఆసుపత్రికి తరలించిన విషయం పూసగుచ్చినట్లు వివరిస్తారు. అంటే అన్నిటికంటే ముందు మీరు యువకుడు బస్సుకింద పడి మరణించిన విషయం చెప్పారు. ఆ తర్వాతనేమో అంతకంటే తక్కువ ప్రాధాన్యం ఉన్న వివరాలు చెప్పారు. కనుక చెప్పేదేమంటే- ఓ సంఘటన జరిగినా, ఎవరైనా ప్రసంగించినా, మీరే ఒక పత్రికా ప్రకటన రాసినా మొట్టమొదట అతి ముఖ్యమైన విషయాన్ని చెప్పాలి. ఆ అతి ముఖ్యమైన విషయాన్నే లేదా వార్తలో మొదటి వాక్యంలో ఉన్న విషయాన్నే

జర్నలిస్టుల భాషలో 'లీడ్' అంటారు. ప్రతి వృత్తిలోనూ ప్రత్యేక పారిభాషిక పదాలున్నట్లే జర్నలిజంలోనూ ఉన్నాయి. అత్యంత ప్రధాన విషయాన్ని ముందుగా రాసి ఆ తర్వాత ప్రాధాన్యక్రమంలో మిగతా వివరాలు పొందుపరచాలి.

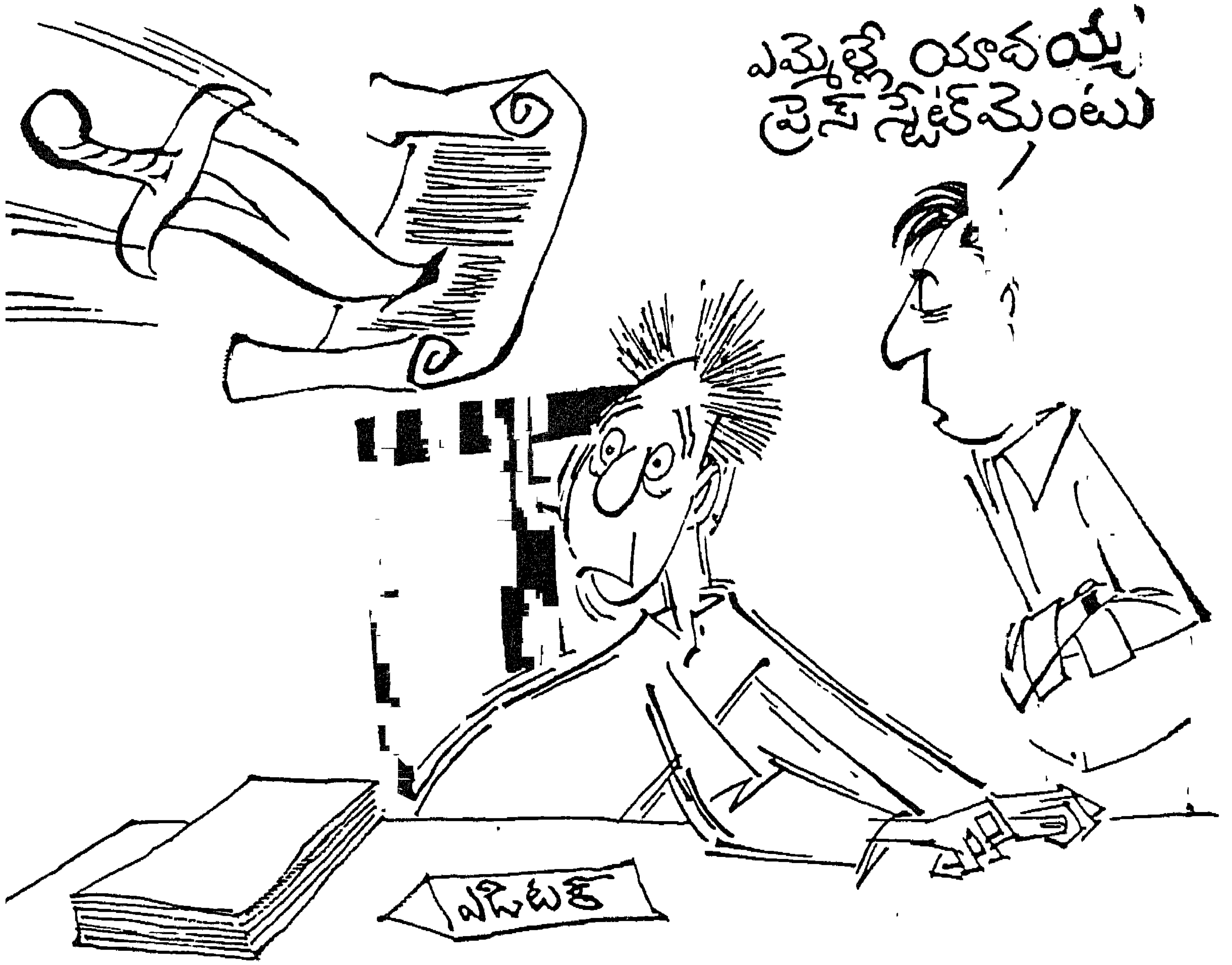
ఉదాహరణకు సోనియాగాంధీ ప్రసంగాన్నో, అద్వానీ ప్రసంగాన్నో రిపోర్ట్ చేస్తుంటే- సోనియా లేకా అద్వానీ అరగంట ఆలస్యంగా సభకు వచ్చారని ఫలానా నాయకులు స్వాగతం పలికారని, ఫలానావారు అధ్యక్షత వహించారని, ఫలానా వ్యక్తులు వేదికను అలంకరించారని వార్త మొదలు పెట్టకూడదు.

అద్వానీ లేక సోనియా అరగంట సేపు ప్రసంగిస్తే ఆ ప్రసంగంలో అత్యంత ప్రధాన విషయం ఏది అన్న దానిని ముందు గుర్తించాలి. ఆయన లేక ఆమె రాష్ట్రంలో ప్రసంగించారు కనుక స్థానిక ప్రత్యర్థులపై విమర్శల జడివాన కురిపించారా? లేక జాతీయ అంశాలకే పరిమితమయ్యారా? వారు తమ ప్రసంగంలో ఏ విషయాలను నొక్కి చెప్పారు? ఇంతవరకు చెప్పని విషయమేదయినా వారిక్కడ ప్రస్తావించారా? నిన్నటిదాకా అనుసరిస్తూ వచ్చిన విధానానికి భిన్నంగా ఏమైనా మాట్లాడారా? ఈ అంశాలను జాగ్రత్తగా పరిశీలించి అత్యంత ప్రధాన విషయాన్ని ముందుగా రాయాలి. ఆ తర్వాత రెండో ప్రధాన విషయం, మూడో ప్రధాన విషయం, నాలుగో ప్రధాన విషయం ఇలా ప్రాధాన్య క్రమంలో రాసుకుపోవాలి. అట్టే ప్రాధాన్యంలేని విషయాలను వార్త చివరలో పొందుపరచాలి. ఇలా పొందుపరచడంవల్ల పత్రికల్లో స్థలాభావం కారణంగా వార్తను క్లుప్తంగా ప్రచురించినా ముఖ్య విషయాలేవీ మిస్ కావు. ఏమైనా లీడ్ ఎంపికకు నిర్దిష్ట నిబంధన లేవీలేవు. అనుభవంద్వారా లీడ్‌ను గుర్తించే నేర్పు అలవడుతుంది.

లీడ్‌లో రాసే విషయం కొత్తదై ఉండొచ్చు. ఎక్కువ మందిని ప్రభావితం చేసే విషయాన్ని లీడ్‌గా తీసుకోవచ్చు. ఎక్కువ ఆసక్తి కలిగించే విషయాన్ని లీడ్‌గా సేకరించొచ్చు. వివాదాస్పద విషయాన్ని లీడ్‌గా రూపొందించవచ్చు. అలాగే వక్త స్థానిక అంశాలకే ప్రాధాన్యమిస్తూ ప్రసంగిస్తే అందులోని ఒక ముఖ్య విషయాన్ని లీడ్‌గా రాయొచ్చు. మీరు వృత్తి జర్నలిస్టులు కాకపోయినా వార్తాపత్రిక చదివేటప్పుడు వార్తలో 'లీడ్' సరిగా ఉందో లేదో గమనించండి. లీడ్‌లో రాసిన దానికంటె ఎక్కువ ముఖ్యమైన విషయాన్ని లీడ్‌కింద పొరపాటున పొందుపరచారేమో గుర్తించండి. అలాగే ఆ వార్తలో అయిదు డబ్ల్యులు ఒక హెచ్ ఉన్నాయో లేదో గుర్తించండి.

'సాధనమున పనులు సమకూరు ధరలోన' అన్నట్లు నిరంతర సాధనద్వారా, అధ్యయనం ద్వారా మీ నైపుణ్యాన్ని పెంచుకోవచ్చు. 'వార్త రాయడం వృత్తి జర్నలిస్టులకు మాత్రమే సాధ్యం' అన్న భ్రమను వీడండి. మీలోనూ జర్నలిస్టు ఉన్నాడు. అతడికి కాస్త శిక్షణ ఇవ్వండి.

పెన్ను, పేపరు ఉంటే చాలు



అతి తక్కువ ఖర్చుతో అందివచ్చిన ప్రచార అస్త్రం పత్రికా ప్రకటన. పెన్ను, పేపరు ఉంటే చాలు విషయాన్ని జనమాధ్యమాలకు తద్వారా ప్రజలకు చేరవేయవచ్చు. పత్రికా ప్రకటననే ఇంగ్లీషులో ప్రెస్‌నోట్, ప్రెస్ రిలీజ్, ప్రెస్‌స్టేట్‌మెంట్, ప్రెస్ హాండవుట్ అని పలు పేర్లతో పిలుస్తుంటారు. పత్రికా ప్రకటన వలన అనేక సౌలభ్యాలు ఉన్నాయి. వివిధ రకాల సందర్భాలకు ఇవి పనికివస్తాయి. తక్కువ ఖర్చుతో విషయాన్ని స్పష్టంగా చెప్పటానికి వీలుంది. లిఖితరూపంలో ఉంటుంది కనుక పత్రికా ప్రకటనలోని విషయాలను వక్రీకరించి రాసే ప్రమాదం ఉండదు. ఏరోజు ఎన్ని గంటలకు విడుదల చేయాలనుకుంటే అప్పుడే విడుదల చేయవచ్చు. పత్రికా ప్రకటన ఆధారంగా వార్త రాసుకోవడం విలేకరులకు సౌలభ్యంగా ఉంటుంది.

ప్రజా జీవనరంగంలో ఉన్న ప్రభుత్వ, ప్రైవేటు, స్వచ్ఛంద సంస్థల నుంచి వ్యక్తులదాకా ఎవ్వరైనా పత్రికా ప్రకటన జారీచేయవచ్చు. పత్రికా ప్రకటనలో ఏరకమైన సమాచారాన్ని అయినా పొందుపరచవచ్చు. ఇరు దేశాల ప్రభుత్వాధినేతలు తమ మధ్య కుదిరిన ఒప్పందం వివరాలను తెలియచేస్తూ సంయుక్త ప్రకటనను పత్రికలకు విడుదల చేయవచ్చు. అలాగే ఓ స్వచ్ఛంద

సంస్థ తాము నిర్వహించతలపెట్టిన కంటి వ్యాధుల చికిత్సా శిబిరం గురించిన సమాచారాన్ని కూడా పత్రికా ప్రకటనద్వారా తెలియచేయవచ్చు. పౌర సరఫరాల శాఖ ప్రజలకు అత్యంత ఉపయుక్తమైన చక్కెర కోటా విడుదల విషయాన్ని పత్రికా ప్రకటనద్వారా తెలియచేయవచ్చు. పెట్రోలియం మంత్రిత్వశాఖ, వంటగ్యాస్ ధరలను పెంచితే ఆ విషయాన్ని సంబంధిత శాఖ మంత్రి నేరుగా విలేకరులకు చెప్పకుండా పత్రికా ప్రకటనద్వారా తెలియచేయవచ్చు. ఆ తర్వాత ఆ నిర్ణయంపై వచ్చిన ప్రతిస్పందనలను బేరీజు వేసుకుని మంత్రి విలేకరుల సమావేశాన్ని ఏర్పాటు చేయవచ్చు.

ఏయే సందర్భాల్లో పత్రికా ప్రకటనను విడుదల చేయాలి? ఎప్పుడెప్పుడు విలేకరుల సమావేశాన్ని ఏర్పాటు చేయాలి అన్నది జాగ్రత్తగా ఆలోచించి నిర్ణయం తీసుకోవాలి. తెలియచేయదలచుకున్న సమాచారం అత్యంత ప్రాముఖ్యం గలదని భావించినప్పుడు, దానిపై సందేహాలను నివృత్తి చేయాల్సి ఉందనుకున్నప్పుడు విలేకరుల సమావేశం ఏర్పాటు చేయడం మంచిది. ముందు చెప్పినట్లు నిర్ణయాన్ని పరోక్షంగా పత్రికా ప్రకటనద్వారా ప్రకటించి ఆ తర్వాత వ్యక్తమయ్యే ప్రతిస్పందనను బట్టి విలేకరుల సమావేశం ఏర్పాటు చేయవచ్చు. వ్యవధి తక్కువ వుండి, అప్పటికప్పుడు సమాచారం పత్రికలకు అందచేయాలనుకున్నప్పుడు కూడా పత్రికా ప్రకటనే జారీ చేయాలి. విలేకరుల సమావేశం నిర్వహించడానికి ఒకరోజు ముందుగా ఏర్పాట్లు చేసుకోవాలి. విలేకరులకు తెలియచేయాల్సి ఉంటుంది. అన్ని సందర్భాల్లో ఇలా కుదరకపోవచ్చు. పత్రికా ప్రకటనను మన పరోక్షంలో కూడా జారీ చేసే సౌలభ్యం ఉంది. ఉదాహరణకు మీరో పార్టీలో రాష్ట్రస్థాయి నాయకుడు. పనిమీద ఢిల్లీ వెళ్ళారు. రాష్ట్రంలో ఏదో పరిణామం చోటు చేసుకుంటుంది. ఆ విషయమై మీ ప్రతిస్పందనను తెలుగు పత్రికలద్వారా తెలియజేయాల్సిన అవసరం ఏర్పడింది. హైదరాబాద్‌లోని మీ కార్యదర్శికి ఫోన్‌లో విషయం చెప్పి ప్రకటన విడుదల చేయమని చెప్పవచ్చు. కార్యదర్శి మీ లెటర్ ప్యాడ్‌పై ప్రతిస్పందనను రాసి కింద అతని సంతకం చేసి పత్రికలకు అందజేస్తాడు. లేదా మీవెంట లెటర్‌ప్యాడ్ తీసుకెళ్తే ఢిల్లీలోని తెలుగు పత్రికల విలేకరులకు ప్రకటన అందచేయవచ్చు.

సాధారణంగా పత్రికా ప్రకటనలను ఈ సందర్భాల్లో జారీ చేస్తుంటారు.

1. జరగబోయే కార్యక్రమాలు, సంఘటనలకు సంబంధించి జారీ చేసే ప్రకటనలు. మీ సంస్థ తరపున ఉచిత నేత్ర శిబిరం, దంతవ్యాధుల నిర్ధారణ శిబిరం వంటి ప్రజోపయోగ కార్యక్రమం చేపట్టినప్పుడు ఆ విషయాన్ని పత్రికా ప్రకటనద్వారా పత్రికలకు పంపవచ్చు. మీరు నిర్వహించేది సేవా కార్యక్రమం కనుక దానివలన పదిమందికీ ప్రయోజనం చేకూరుతుందన్న భావనతో పత్రికలు ఆ సమాచారాన్ని ప్రచురిస్తాయి. అలాగే ఆధ్యాత్మిక కార్యక్రమాల సమాచారం కూడా పాఠకులకు ఆసక్తి గొలుపుతుంది. ఫలానా దేవాలయంలో ఫలానా ప్రత్యేక పూజా కార్యక్రమాలు వంటివి పాఠకులు తెలుసుకోగోరే సమాచారమే కనుక దాన్ని పత్రికలు ప్రచురిస్తాయి.

2. ఎంగేజ్‌మెంట్స్ కాలమ్‌లో ప్రచురించే విషయాలను కూడా పత్రికా ప్రకటనద్వారా

పంపవచ్చు. మీరు ఏదైనా సభనో, సమావేశాన్నో నిర్వహిస్తుంటే ఆ విషయం ఎంగేజ్‌మెంట్ కాలమ్‌లో ప్రచురితమైతే ప్రయోజనాలు ఉంటాయి. ఈ కాలమ్‌లో కార్యక్రమ విశేషాలను తెలుసుకున్నవారు హాజరు కావటానికి వీలవుతుంది. ఆరకంగా సభ, సమావేశం దిగ్విజయం కావటానికి వీలవుతుంది. అలాగే పార్ట్‌టైమ్ రిపోర్టర్లు కూడా ఈ కాలమ్‌లో ప్రచురితమయ్యే కార్యక్రమాలను చూసి తమ పరిధిలో జరిగే కార్యక్రమమైతే కవర్ చేయడానికి వస్తారు. ఎంగేజ్‌మెంట్ కాలమ్‌కోసం తయారు చేసే పత్రికా ప్రకటన క్లుప్తంగా వుంటే సరిపోతుంది. ఆ ప్రకటనతోపాటు ఆహ్వానపత్రాన్ని కూడా జత చేయాలి. కవర్‌మీద, పత్రికా ప్రకటన మీద ఎంగేజ్‌మెంట్ కాలమ్ కోసం అని రాసి పంపాలి. సాధారణంగా రేపు కార్యక్రమాన్ని నిర్వహిస్తున్నట్లయితే ఈ రోజు సాయంత్రం పత్రికా ప్రకటనను, ఆహ్వాన పత్రాన్ని పత్రికలకు పంపితే చాలు. మరీ ముందుగా పంపితే పత్రికా కార్యాలయంలో అడుగున పడిపోయి వెలుగు చూడకపోయే ప్రమాదం కూడా ఉంది.

3. వ్యక్తిగతంగా మీకు అవార్డులు వంటివి వచ్చినప్పుడు, డాక్టరేట్ పొందినప్పుడు కూడా పత్రికా ప్రకటనద్వారా ఆ విషయాన్ని తెలియజేసి ప్రచారం, గుర్తింపు పొందవచ్చు. ఈ సందర్భాల్లో మీకు అవార్డు ప్రకటిస్తూ సంబంధిత సంస్థ జారీచేసిన అధికారిక పత్రాన్నో లేదా డాక్టరేట్ ఇస్తూ యూనివర్శిటీ విడుదల చేసిన లేఖనో జిరాక్స్ కాపీలు తీయించి పత్రికా ప్రకటనకు జత చేయాలి. అవార్డు లేదా డాక్టరేట్ విషయాన్ని ముందు చెప్పి ఆ తర్వాత మీరు చేస్తున్న కృషిని పేర్కొనవచ్చు. ఈ ప్రకటనతో పాటు పాస్‌పోర్ట్ లేదా కార్డు సైజులో ఫోటో కూడా జత చేస్తే అవకాశాన్ని బట్టి ప్రచురించే వీలుంది. సాధారణంగా పత్రికలవారు లోపలి పేజీల్లో ఈ తరహా వార్తలు ప్రచురిస్తారు. కనుక బ్లాక్ అండ్ వైట్ ఫోటో సరిపోతుంది. దూరదర్శన్ ఇతర ఛానెల్స్‌కు మాత్రం రంగుల ఫోటో జత చేయాలి.

4. సభ లేదా సమావేశం నిర్వహించినప్పుడు కూడా ఆ కార్యక్రమ విశేషాలను సంస్థ లెటర్ ప్యాడ్‌పై రాసి పంపవచ్చు. మీరు నిర్వహించే కార్యక్రమానికి అన్ని పత్రికల విలేకరులు వస్తారన్న హామీ ఏమీ లేదు. ఇలాంటప్పుడు ఏయే పత్రికల వివేకరులు రాలేదో నిర్ధారించుకుని ఆయా పత్రికలకు కార్యక్రమ విశేషాలను పత్రికా ప్రకటనద్వారా పంపవచ్చు. కార్యక్రమాన్ని నిర్వహించేటప్పుడే ఆ వివరాలను సేకరించి పత్రికా ప్రకటనద్వారా రాసి పంపటానికి రచనాభిలాష ఉన్నవారిని ఎంచుకోవాలి. కార్యక్రమం పూర్తికాగానే పత్రికా ప్రకటన, కార్యక్రమం ఫోటో జతచేసి పత్రికా కార్యాలయాలకు పంపాలి. ఏరోజు జరిగిన కార్యక్రమ విశేషాలను ఆరోజే పంపాలి. ఆ మరునాడు పంపితే ప్రచురించే అవకాశాలు తక్కువ.

5. సమాజంలో ఓ హోదా, స్థాయి కలిగిన వారు తమ ప్రాంత పరిణామాలపై స్పందిస్తూ పత్రికా ప్రకటన జారీ చేయవచ్చు. ఈ విషయంలో మీ స్థాయిని దృష్టిలో పెట్టుకోవడం అవసరం. మీరు మండలస్థాయి నాయకుడై ఉండి రాష్ట్ర, జాతీయ, అంతర్జాతీయ పరిణామాలపై వ్యాఖ్యానించబూనటం సబబు కాదు. మీ గురించి ఇతరులు పత్రికలద్వారా చేసిన విమర్శలపై ప్రతిస్పందనలను కూడా పత్రికా ప్రకటన రూపంలో పంపవచ్చు.

6. వివిధ ప్రభుత్వ శాఖలు ప్రజలకు తెలియచేయాల్సిన విషయాలున్నప్పుడు కూడా పత్రికా

ప్రకటనలు జారీ చేస్తుంటాయి. మంచినీటి సరఫరా వేళల్లో మార్పుల గురించి, పండుగకు అదనపు చక్కెర కోటా విడుదల గురించి, పాఠశాలల పునఃప్రారంభం గురించి ఇతర అనేకానేక విషయాలపై సంబంధిత ప్రభుత్వ శాఖలు పత్రికా ప్రకటనలు జారీ చేస్తుంటాయి. ప్రజల అవసరాలతో ముడిపడి ఉన్నందున ఈ తరహా ప్రకటనలు ప్రముఖంగా వెలుగుచూస్తాయి.

పత్రికా ప్రకటన - కొన్ని జాగ్రత్తలు

పత్రికా ప్రకటన విధిగా లెటర్ ప్యాడ్‌పైనే ఉండాలి. తెల్లకాగితాలపై రాసి కింద సంతకం చేసి పంపితే పాత్రికేయులు అనుమానపడే అవకాశం ఉంది. సంస్థ తరపు లెటర్ ప్యాడ్ లేదా వ్యక్తిగత లెటర్‌ప్యాడ్‌ను పత్రికా ప్రకటనకు వినియోగించుకోవాలి. పత్రికా ప్రకటన రెండు పేజీలు ఉంటే రెండో పేజీ తెల్లకాగితంపై రాసినా సరిపోతుంది. అంటే మొదటిపేజీకి తప్పనిసరిగా లెటర్‌ప్యాడ్‌ను ఉపయోగించాలి.

లెటర్‌ప్యాడ్‌పై విధిగా పార్టీ కార్యాలయం లేదా వ్యక్తిగత చిరునామా, టెలిఫోన్ నంబర్, వ్యక్తిపేరు, హోదా ఉండాలి. చూడగానే ఆకట్టుకునే దళసరి తెల్లటి కాగితాలను లెటర్‌ప్యాడ్‌ల తయారీకోసం వినియోగించాలి.

పత్రికా ప్రకటనను జారీ చేసే తేదీని, స్థలాన్ని విధిగా పొందుపరచాలి. పత్రికా ప్రకటన చూడగానే విషయం అర్థం చేసుకోవటానికి వీలుగా శీర్షిక పొందుపరచాలి.

సంక్షిప్తత: పత్రికా ప్రకటన సాధ్యమైనంత సంక్షిప్తంగా ఉండాలి. సుదీర్ఘ ప్రకటనలకంటే ఒకటి రెండు పేజీలకు మించని ప్రకటనలకు పాత్రికేయులు ప్రాధాన్యత ఇస్తారు. ఒక్కో పేజీలో పదిహేను, పదహారు పంక్తులకు మించకుండా ఉండాలి. లైను లైనుకు మధ్య డబుల్ స్పేస్ వదలాలి. పాత్రికేయులు ఆ ప్రకటన కాగితంపైనే అవసరమైన దిద్దుబాట్లు చేసుకుని అచ్చుకు పంపటానికి డబుల్ స్పేస్‌వలన వీలవుతుంది.

కంపోజ్ చేయించాలి: పత్రికా ప్రకటనను చేత్తో రాసి కార్బన్ కాపీలు తీయించడం తగదు. కార్బన్ కాపీల్లో అక్షరాలు సరిగా కనిపించవు కనుక ఆ తరహా ప్రకటనలను కష్టపడి తిరిగ్గా రాయాలన్న ఉత్సాహాన్ని జర్నలిస్టులు చూపరు. ఇప్పుడు అన్ని పట్టణాల్లో డి.టి.పి. సౌకర్యం అందివచ్చింది కనుక కంపోజ్ చేయించి, లెటర్ హెడ్ మీద ప్రింటవుట్ తీయించ వచ్చు. ఆ ప్రింటవుట్ నుంచి కావల్సినన్ని జిరాక్స్ కాపీలు పొందాలి.

పత్రికా భాష వాడాలి: పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్ లాంటి జనమాధ్యమాలకు రాసేటప్పుడు భాష విషయంలో కొన్ని జాగ్రత్తలు పాటించాలి. వాడుక భాషలోనే రాయాలి (ఇప్పుడు మీరు చదువుతున్న పుస్తకంలోని భాషమాదిరి). గ్రాంథిక భాషలో రాయనే కూడదు. చేంతాడంత వాక్యాలు ఉండకూడదు. చిన్న చిన్న వాక్యాల్లో చెప్పదలచుకున్నదేదో సూటిగా చెప్పాలి. మాటల పొదుపు అవసరాన్ని గుర్తించి రాయాలి. మరియు, బడు, యొక్క, ఇదిలా ఉండగా వగైరా పదాలు నిషిద్ధం. ఇవాళ దిన, వార, పక్ష, మాస పత్రికలన్నీ వాడుకభాషే ఉపయోగిస్తున్నాయి. వాజ్‌పేయి, అద్వానీ, మరియు వెంకయ్యనాయుడు సభలో ప్రసంగించారు అని రాయకూడదు. వాజ్‌పేయి, అద్వానీ, వెంకయ్యనాయుడు సభలో ప్రసంగించారు అంటే చాలు. 'మరియు' అనే పదంతో ఎప్పుడూ అవసరం లేదు.

మీరు మిత్రులతో మాట్లాడేప్పుడు 'ఇవి నాయొక్క వ్యక్తిగత అభిప్రాయాలు' అనరు. ఇవి నా వ్యక్తిగత అభిప్రాయాలు అంటారు. రాసేప్పుడూ అలాగే రాయండి. మీరేదయినా పార్టీ సభ్యులయితే మీ సభ్యులకు మాత్రమే అర్థమయ్యే పదాలు ఉపయోగించొద్దు. కేవలం ఒక వ్యక్తికి లేక ఒక పార్టీకి సంబంధించిన పదజాలాన్ని 'జార్గాన్' అంటారు. అలాటి జార్గాన్ జోలికి పోకండి. జనసామాన్యానికి అర్థమయ్యే పదాలనే ఉపయోగించడం ఉత్తమం. సాధారణ పాఠకులకు తేలిగ్గా అర్థమయ్యేది వ్యవహారభాష. అర్థంకావటం, కాకపోవడం మాట అటుంచినా గ్రాంథికభాషను ఇప్పుడు ప్రచార సాధనాలేవీ ఉపయోగించడంలేదు.

ఈ కింది రెండు ఉదాహరణలను కాస్త జాగ్రత్తగా పరిశీలించండి.

కేంద్రంలో ప్రభుత్వాన్ని ఏర్పాటు **చేయుటకు** అవసరమైన 'స్పష్టమైన మెజారిటీ' బిజెపికి **ఇప్పటికినీ** లభ్యం కాలేదు.

ఈ వాక్యంలో గ్రాంథిక వాసనలున్నాయి. ఇదే వాక్యాన్ని ఇంతకంటె మెరుగ్గా రాయొచ్చు.

1 కేంద్రంలో ప్రభుత్వాన్ని ఏర్పాటు **చేయడానికి** అవసరమైన స్పష్టమైన మెజారిటీ బిజెపికి **ఇప్పటికీ** లభించలేదు.

మొదటి వాక్యం కంటె రెండో వాక్యం చదువుకోడానికి హాయిగా లేదూ?

2. నల్లావద్ద మంచినీళ్ళు పట్టుకుంటున్న **మహిళలను వేధించుతున్న** పోకిరీలను గత రాత్రి పోలీసులు అరెస్టు **చేసిరి.**

ఈ వాక్యాన్ని ఇలా వాడుక పదాల్లో రాయొచ్చు.

2. నల్లావద్ద మంచినీళ్ళు పట్టుకుంటున్న **స్త్రీలను వేధిస్తున్న** పోకిరీలను గత రాత్రి పోలీసులు అరెస్టు **చేశారు.**

పత్రికా రచనలో అనుభవంలేని వారిని దృష్టిలో పెట్టుకునే ఈ ఉదాహరణలు. నిజానికి ఇవాళ చెయ్యి తిరిగిన ఏ విలేకరీ పైవిధంగా గ్రాంథిక వాక్యాలు రాయడంలేదు.

వార్తాలక్షణాలు ముఖ్యం

ఏ పత్రికా ప్రకటనలో అయినా వార్తా లక్షణాలు ఉండి తీరాలి. వార్తాతత్వం లేకపోతే వార్తాపత్రికలు ప్రచురించవు. పత్రికా ప్రకటన రాసేప్పుడు మీ దృష్టితో కాకుండా పాఠకుల దృష్టితో ఆలోచించాలి. చెప్పదలచుకున్న విషయాల్లో పాఠకులకు ముఖ్యమైన అంశం ఏది? వారిని ఏ విషయం ఎక్కువగా ఆకర్షిస్తుంది? అన్నదానిపై ఆలోచించాలి. ఉదాహరణకు బి.సి. విద్యార్థుల స్కాలర్‌షిప్‌ల సమస్యపై సుదీర్ఘంగా చర్చించి, ఈ సమస్య పరిష్కరించకపోతే నెలాఖరునుంచి ఆందోళన చేస్తాం అని రాస్తే ఉపయోగంలేదు. ఆందోళనవంటి ప్రత్యక్ష కార్యాచరణకు దిగుతామని హెచ్చరించటంలో వార్తావిలువ ఉంది. ఆందోళన విషయాన్ని పత్రికా ప్రకటనలో ప్రారంభ వాక్యంగా పేర్కొని, స్కాలర్‌షిప్ సమస్యలను వివరించవచ్చు. అంటే పత్రికా రచయితలు ఏ అంశాలపట్ల ఆసక్తి చూపుతారో మీరుకూడా ఆ అంశాలకే ప్రాధాన్యం ఇవ్వాలి. పత్రికల్లో ప్రచురితమవుతున్న పత్రికా ప్రకటనల తాలూకు వార్తలను నిశితంగా గమనిస్తే ఎలా రాస్తున్నారో అవగాహన చేసుకోవచ్చు.

తేదీల విషయంలో జాగ్రత్తలు: పత్రికా ప్రకటనల్లో పొందుపరిచే తేదీలు అంకెల విషయంలో కూడా జాగ్రత్తలు తీసుకోవాలి. తేదీల్లో, అంకెల్లో తప్పులు వస్తే అభాసుపాలయ్యే ప్రమాదం ఉంది. 13.10.2000 నుంచి అని రాయటానికి బదులు అక్టోబర్ 13వ తేదీ అని రాస్తే పత్రికా శైలికి దగ్గరగా రాసినవారం అవుతాం.

ఎలా పంపాలి?: స్థానికంగా విలేకరులు అందుబాటులో ఉంటే వారికి పత్రికా ప్రకటనను స్వయంగా అందచేయవచ్చు. హైదరాబాద్ వంటి ఎడిషన్ సెంటర్లలో ఉన్నవారు పత్రికా ప్రకటనను నేరుగా సంబంధిత డెస్క్‌కు పంపించవచ్చు. ఉదాహరణకు మీరు జంటనగరాలకు చెందిన నాయకులైతే మీ ప్రకటన సిటీ మినీ ఎడిషన్‌లో మాత్రమే ప్రచురిస్తారు. ఇలాంటప్పుడు డెస్క్ ఇన్‌చార్జ్, సిటీ ఎడిషన్-దినపత్రిక, హైదరాబాద్ అని కవర్‌పైరాస్తే నేరుగా ఆ వార్తలు చూసే వారిదగ్గరకు మన ప్రకటన చేరుతుంది.

ఒకసారి విలేకరులకు లేదా పత్రికలకు ప్రకటనలు, ఫోటోలను పంపాక ప్రచురించకపోతే తిరిగి ఇవ్వమని అడక్కూడదు. ప్రచురించినా, ప్రచురించకపోయినా వాటిని తిరిగి ఇవ్వటం ఆచరణ సాధ్యంకాదు.

నమూనా పత్రికా ప్రకటనలు

ఇది ముఖ్యమంత్రి కార్యాలయం విడుదల చేసిన పత్రికా ప్రకటన

పథకాలు సత్వరం పూర్తి: చంద్రబాబు ఆదేశం

ముఖ్యమంత్రి కార్యాలయం,

సెక్రటేరియట్, హైదరాబాద్

జంటనగరాలను తీర్చిదిద్దేందుకు ఉద్దేశించిన పథకాలను సాధ్యమైనంత త్వరలో పూర్తి చేయాలని రాష్ట్ర ముఖ్యమంత్రి ఎన్.చంద్రబాబునాయుడు ఆదేశించారు. ముఖ్యంగా కాలుష్యానికి గురవుతున్న మురుగునీటి వ్యవస్థను ఆధునికీకరించి ప్రజల ఆరోగ్యాన్ని కాపాడాలని సూచించారు. నగరంలో చేపట్టిన వివిధ పథకాల అమలుపై ఉన్నతాధికారులతో శనివారం ముఖ్యమంత్రి సమీక్షా సమావేశాన్ని నిర్వహించారు. ఈ సందర్భంగా ముఖ్యమంత్రి మాట్లాడుతూ హుస్సేన్‌సాగర్ ప్రక్షాళన కార్యక్రమంలో భాగంగా చేపట్టిన 20 మిలియన్ లీటర్ల మురుగునీటి శుద్ధి కేంద్రాన్ని నెలలోపే పూర్తి చేయాలని ఆదేశించారు. అందులో భాగంగా ఖైరతాబాద్ సివరేజ్ లైన్‌ను దారి మళ్ళించే పనులను వేగంగా పూర్తి చేయాలన్నారు. హుస్సేన్‌సాగర్‌లోని మురుగునీటిని శుద్ధిచేసే కార్యక్రమానికి అత్యధిక ప్రాధాన్యం ఇవ్వాలని పేర్కొన్నారు. నందనవనం ప్రాజెక్టు పనులు నత్తనడకగా సాగుతున్నందుకు ముఖ్యమంత్రి విచారం వ్యక్తం చేశారు. అవసరమైన ప్రాంతాల్లో రోడ్లు శుభ్రం చేసే పనులను ప్రైవేట్ వ్యక్తులకు అప్పగించాలని మున్సిపల్ అధికారులకు సూచించారు. నగరంలోని అన్ని పాఠశాలల్లోనూ వెంటనే మరుగుదొడ్లు నిర్మించాలని, మరికొన్ని ప్రాంతాల్లో సులభ్ కాంప్లెక్స్ సౌకర్యాలను ఏర్పాటు చేయాలని కూడా ఆయన సంబంధిత అధికారులను కోరారు. రోడ్లపై

డివైడర్లను ఏర్పాటు చేయించి వాటిపై పబ్లిసిటీ బోర్డులను పెట్టేందుకు ఒప్పందాలను కుదుర్చుకోవాలని మున్సిపల్ అధికారులను కోరారు. నగరంలో కనీసం పది పన్నెండు ప్రాంతాలను టూరిస్ట్ స్పాట్స్‌గా అభివృద్ధి పరచేందుకు అవసరమైన చర్యలు తీసుకోవాలని సూచించారు.

మరో నమూనా

ఉదాహరణకు మీరు బిజెపి మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్‌గా వ్యవహరిస్తున్నారనుకుందాం. బిజెపి అగ్రనేత ఒకరు ఢిల్లీనుంచి హైదరాబాద్ వచ్చారు. దేశంలోని ముస్లింలు బిజెపిపై వ్యక్తం చేస్తున్న సందేహాలను నివృత్తి చేస్తూ తన తరఫున ఒక పత్రికా ప్రకటన విడుదల చేయాల్సిందిగా ఆయన కోరారు. అప్పుడు మీరు మీ కలానికి ఇలా పని చెప్పాలి.

అన్ని మతాల పట్ల సమభావం: వెంకయ్య

హైదరాబాద్,

17-4-1999

భారతీయ జనతాపార్టీ అన్ని మతాలకు చెందిన వారినీ సమంగా గౌరవిస్తుందని, అన్ని వర్గాల ప్రజలనూ సమాజంలో భాగంగా గుర్తిస్తుందని ఆ పార్టీ ప్రధాన కార్యదర్శి వెంకయ్య నాయుడు శనివారం ఇక్కడ ఒక పత్రికా ప్రకటనలో స్పష్టం చేశారు. ఇటీవల కొంతమంది ముస్లింలు బిజెపి వైఖరిపట్ల వ్యక్తం చేసిన భయసందేహాలను దృష్టిలో పెట్టుకుని ఆయన ఈ ప్రకటన విడుదల చేశారు. మనది బహుమతాల, బహుళ సంస్కృతుల దేశమనీ ఈ దేశం అందరిదీ అని ఆయన ప్రకటనలో స్పష్టం చేశారు. మతం పేరుతో సమాజాన్ని చీల్చే ఉద్దేశం తమ పార్టీకేనాడూ లేదని వివిధ మతాలను అడ్డుగోడలుగా భావించే తత్వం కూడా తమ పార్టీకి లేదని ఆయన పేర్కొన్నారు. ముస్లింలు, సిక్కులు, క్రైస్తవులు సర్వమతాలకు చెందిన పౌరులూ సామరస్యంగా జీవించేలా చూడటమే తమ లక్ష్యమన్నారు. దేశంలోని మతవైవిధ్యాన్ని మన సాంస్కృతిక వైభవానికి, భిన్నత్వానికి ప్రతీకగా భావిస్తున్నామని తెలియజేస్తూ బిజెపి పాలనలో ఏ మతానికి, వర్గానికి చెందిన వారికి ఎలాటి హాని జరగబోదని ఆయన హామీ ఇచ్చారు. కామన్ సివిల్‌కోడ్‌ను ప్రస్తుతం ప్రవేశపెట్టే యోచన తమ ప్రభుత్వానికి లేదని విశదం చేశారు. అయితే కామన్ సివిల్‌కోడ్ అభిలషణీయమేనని తమ పార్టీ ఇప్పటికీ భావిస్తున్నదని ఏది ఏమైనా ఈ అంశానికి అన్ని వర్గాల ఆమోదం లభించేదాకా తమ పార్టీ తొందరపడదని కూడా ఆయన ముస్లిం సోదరులకు హామీ ఇచ్చారు.

నేరుగా మీరే విడుదల చేయాలంటే

మీరు మీ సంతకంతో స్వయంగా జారీచేసే పత్రికా ప్రకటనను మీ లెటర్ ప్యాడ్‌పై ఈవిధంగా రూపొందించవచ్చు.

విద్యార్థిని నరికివేత అత్యంత హేయం

హైదరాబాద్,

30.10.99

గుంటూరు జె.కె.సి. కళాశాల ఇంటర్ విద్యార్థిని ప్రసన్నలక్ష్మిని తరగతి గదిలోనే తోటి విద్యార్థుల మధ్యలో దారుణంగా హత్య చేయడం అత్యంత హేయమైన, అనాగరిక చర్య.

ఉజ్వల భవిష్యత్తు ఉన్న ఈ బాలిక ఓ ఉన్మాదిచేతిలో ప్రాణాలు కోల్పోవడం ఎంతో బాధాకరం, దురదృష్టకరం. ప్రేమపేరిట ఆడపిల్లల వెంటపడి వేధించడం, ఆగడాలకు పాల్పడడం వంటి ఘటనలు ఇప్పటికీ పలు ప్రాంతాల్లో కొనసాగడం విచారకరం. గతంలో కూడా హైదరాబాద్‌లో ఓ అమ్మాయి ముఖంపై యాసిడ్ పోసిన ఉదంతం అందర్నీ దిగ్భ్రాంతి పరిచింది.

కొందరు దుండగుల బారినపడి ఈవిధంగా అన్నెం పున్నెం ఎరగని ఆడపిల్లలు వేధింపులకు, మానసిక క్షోభకు గురికాకుండా చూడటానికి పకడ్బందీ చర్యలు తీసుకోవలసిన అవసరం ఉంది. ఇలాంటి ఘటనలు పునరావృతం కాకుండా కళాశాల యాజమాన్యాలు కూడా కట్టుదిట్టమైన చర్యలు తీసుకోవాలి. ఈ విషయంలో ఎప్పటికప్పుడు పేరెంట్స్ కమిటీతో సమావేశమవుతూ పరిస్థితిని సమీక్షిస్తుండాలి.

కన్నబిడ్డను కోల్పోయి శోకసముద్రంలో మునిగివున్న ప్రసన్నలక్ష్మి కుటుంబ సభ్యులకు నా ప్రగాఢ సానుభూతిని తెలియజేస్తున్నాను. హంతకుడికి కఠిన శిక్ష పడేలా చర్యలు తీసుకోవాలని అధికారులకు విజ్ఞప్తి చేస్తున్నాను.

సంతకం

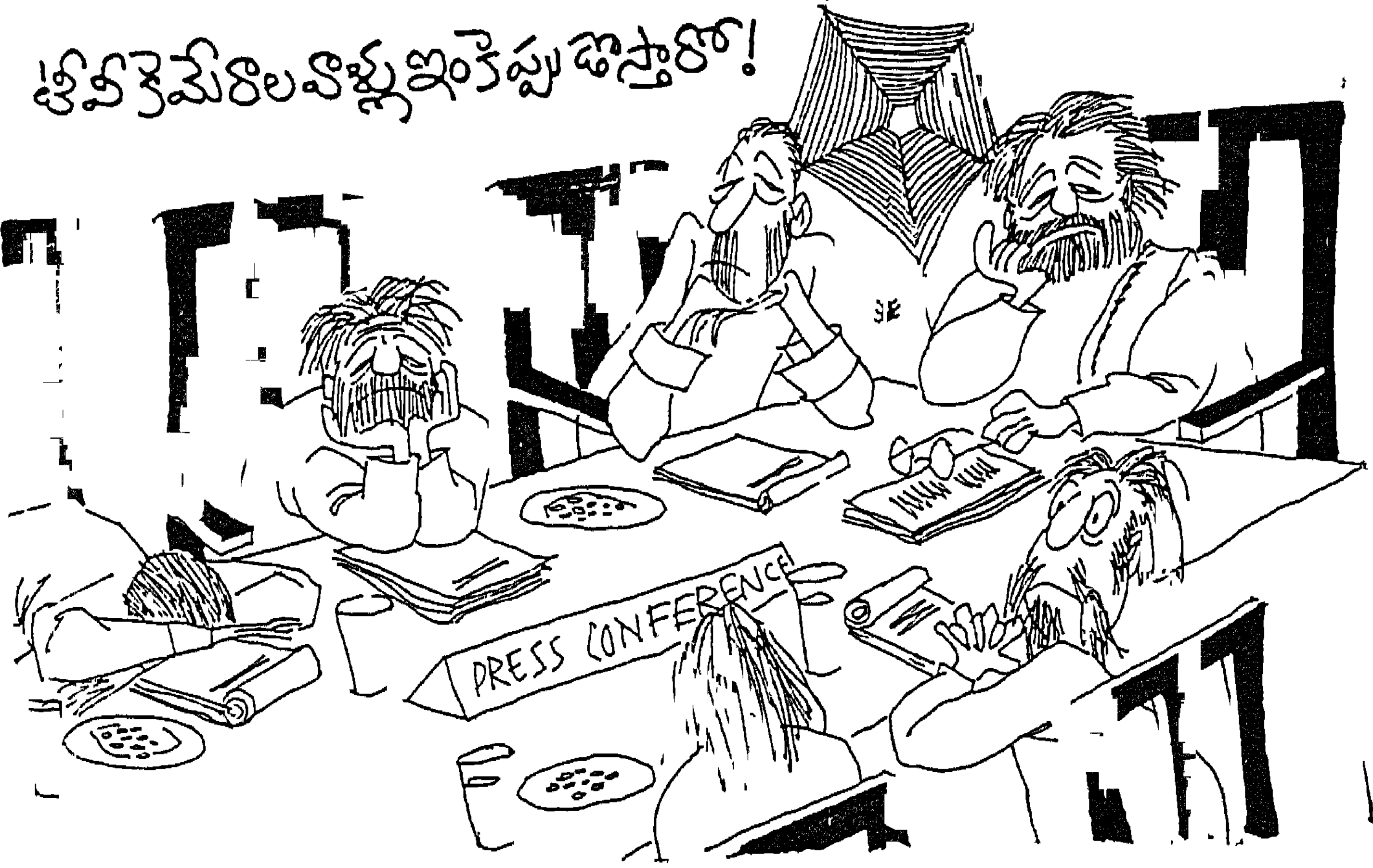
(బ్రాకెట్లో మీ పూర్తి పేరు)

ఏదైనా ఒక రంగానికి చెందిన ప్రముఖులు మరణిస్తే సంతాప ప్రకటన జారీ చేయవచ్చు. ఆ ప్రముఖుడు ఏయే రంగాల్లో ఏమేరకు సేవలు అందించారన్న విషయాన్ని నెమరు వేసుకుని లేదా తెలుసుకుని ఆ అంశాలను ప్రకటనలో పొందుపరచవచ్చు. ఆ ప్రముఖుడితో మీకు సాన్నిహిత్యం వుంటే ఆ విషయాన్ని కూడా ప్రస్తావించవచ్చు. ఆయన కుటుంబ సభ్యులకు ప్రగాఢ సానుభూతిని తెలియచేసే వాక్యం చేర్చడం తప్పనిసరి.

సంతాప ప్రకటనలు ఏ సందర్భాల్లో, ఏ స్థాయివారు జారీ చేస్తే బావుంటుందన్నది జాగ్రత్తగా ఆలోచించి నిర్ణయించాలి. మనకు ఆ ప్రముఖుడితో సాన్నిహిత్యం ఉన్నప్పుడు, మనమూ అదే రంగంలో కృషి చేస్తున్నప్పుడు లేదా ఆ ప్రముఖుడు మన జిల్లాకు, ప్రాంతానికి చెందిన వారైనప్పుడు, రాజకీయాల్లో ఓ హోదాగల స్థానాన్ని మనం నిర్వహిస్తున్నప్పుడు ఈ ప్రకటనలు జారీ చేయవచ్చు.

విలేకరులు అన్ని వార్తలను తామే స్వయంగా వెళ్ళి సేకరించడం సాధ్యంకాదు కనుక పత్రికా ప్రకటనలపై ఆధారపడుతుంటారు. సందర్భానికి తగినట్లు పత్రికా ప్రకటనలను వినియోగించుకోగలిగితే మంచి పబ్లిసిటీ పొందవచ్చు. పెద్ద ఖర్చేమీ లేకుండా అందరికీ అందుబాటులో ఉన్న ప్రచార సాధనం ఈ పత్రికా ప్రకటన.

ప్రెస్ వాళ్ళను పిలుస్తున్నారా?



ఒక వ్యక్తికానీ సంస్థకానీ రాజకీయ పార్టీకానీ ఏదైనా విషయాన్ని జనమాధ్యమాలకు చెప్పాలనుకున్నప్పుడు, ఆయా పరిణామాలపై వ్యాఖ్యలు చేయాలనుకున్నప్పుడు పత్రికా సమావేశాన్ని లేక విలేకరుల సమావేశాన్ని ఏర్పాటు చేస్తారు. 'ఊరకరారు మహాత్ములు' అని పురాణాల్లో నారదమహర్షినుద్దేశించి అనేవారు. అంటే ఆయన వస్తే, ఏదో విశేషం వెల్లడిస్తాడని భావించేవారు. పత్రికా సమావేశాన్ని కూడా ఎవ్వరూ వుత్తి పుణ్యానికి నిర్వహించరు. వాస్తవానికి దీనిని విలేకరుల సమావేశం అనడమే సబబు. ఎంచేతనంటే ఈ సమావేశానికి పత్రికా ప్రతినిధులతోపాటు రేడియో, టెలివిజన్ కేంద్రాల విలేకరులు కూడా హాజరవుతారు. ఈ సమావేశంలో పాల్గొనే ప్రచారకుడు (రాజకీయవేత్త కావచ్చు, స్వచ్ఛంద సంస్థ ప్రతినిధి కావచ్చు, లేక ఒక వ్యక్తి కావచ్చు) ముందుగా తాను చెప్పదలచుకున్న విషయాన్ని సూటిగా వివరిస్తాడు. ఆ తర్వాత విలేకరులు స్పష్టతకోసం మరికొన్ని ప్రశ్నలడుగుతారు. వాటికి ఆయన సమాధానాలిస్తారు. దాంతో చెప్పదల్చుకున్న సమాచారానికి సమగ్రత చేకూరుతుంది. అయితే కొందరు తాము చెప్పదలుచుకున్న అంశాన్ని ఒక నోట్‌గా తయారుచేసి విలేకరులకు పంపిణీ చేస్తారు. ఆ నోట్ చదివిన విలేకరులు సహజంగానే సందేహాలు వ్యక్తంచేసి వాటిని నివృత్తి చేసుకుంటారు. ఈ సమావేశానికి రేడియో, టీవీ ప్రతినిధులను సైతం తప్పకుండా ఆహ్వానించాలి. టీవీ వార్తల్లో మీ సమాచారం ప్రసారం చేస్తే మరీ మంచిది. ప్రేక్షకులు మిమ్మల్ని, మీ సమావేశాన్ని స్వయంగా చూస్తారు కనుక నమ్మకం పెరుగుతుంది.

ఎప్పుడు నిర్వహించాలి?

లేడికి లేచిందే పరుగు అన్నట్లు ప్రతి విషయం తెలపడానికీ విలేకరుల సమావేశాన్ని

నిర్వహించకూడదు. తగిన ప్రాధాన్యం ఉంటేనే విలేకరుల సమావేశాన్ని ఏర్పాటు చేయాలి. పత్రికా ప్రకటన విడుదల చేస్తే సరిపోయే సందర్భంలో కూడా విలేకరుల సమావేశాన్ని నిర్వహిస్తే ప్రతికూల ఫలితాలు తలెత్తొచ్చు. విలేకరులు జనరల్‌గా ఎప్పుడూ బిజీగా ఉంటారు. వారి సమయాన్ని వృధా చేయడం మీకే నష్టం. ఆషామాషీ సమాచారం తెలపడానికి ఏర్పాటు చేస్తే విలేకరులు విసుక్కుంటారు. మరోదఫా మీరు విలేకరుల సమావేశం ఏర్పాటు చేస్తే హాజరు కావడానికి ఆసక్తి చూపరు. ఎవరైనా పార్టీ నాయకుడు మీ పట్టణానికి వచ్చినప్పుడో, ఏదైనా వివాదాంశంపై వివరణ ఇవ్వాల్సినప్పుడో, ఒక కొత్త విషయం చెప్పదల్చుకున్నప్పుడో మాత్రమే విలేకరుల సమావేశాన్ని ఏర్పాటు చేయాలి. ఏదైనా ప్రచార కార్యక్రమానికి శ్రీకారం చుట్టబోతున్నప్పుడో, విలువైన పుస్తకం లేక పత్రం విడుదల చేయాలనుకున్నప్పుడో కూడా ఈ సమావేశాన్ని ఏర్పాటు చేయొచ్చు. విలేకరుల సమావేశ నిర్వహణకు ఈ కింది మార్గదర్శక సూత్రాలను దృష్టిలో ఉంచుకోవటం మంచిది.

మార్గదర్శక సూత్రాలు:

1. మీరు వెల్లడించే సమాచారానికి విస్తృత ప్రచారం లభించాలంటే విలేకరులకు అనువైన స్థలంలో, సమయంలో, రోజున నిర్వహించాలి.

2. ఒక రోజు ముందే విలేకరులకు విషయం తెలపాలి. లెటర్‌ప్యాడ్‌పై వివరాలు పొందుపరచాలి. సమావేశంలో ఎవరెవరు పాల్గొంటారో కూడా తెలపాలి.

3. అక్రెడిటేషన్ (గుర్తింపు) ఉన్న విలేకరులతో పాటు అదిలేని వారికి కూడా ఆహ్వానం పంపాలి. ఆహ్వానపత్రంలో విలేకరి పేరు, హోదా కూడా రాస్తే బాగుంటుంది. పేరు, హోదా తెలిపితే పత్రికతోపాటు ఆ విలేకరి వ్యక్తిత్వాన్ని కూడా గుర్తించినట్లవుతుంది.

4. సమావేశం ఎన్ని గంటలకు, ఎక్కడ నిర్వహిస్తున్నదీ క్లుప్తంగా వివరించాలి.

5. గ్రామీణ ప్రాంతంలో ఒకే విలేకరి అన్ని పార్టీల కార్యక్రమాలను కవర్ చేస్తుంటారు. అయితే ఎడిషన్ సెంటర్లలో మాత్రం ఒక్కో రాజకీయ పార్టీ వ్యవహారాలను ఒక ప్రత్యేక విలేకరి చూస్తుంటారు. ఇలాటి సందర్భాల్లో మీ పార్టీ వ్యవహారాలను ఏ విలేకరికి కేటాయించారో తెలుసుకుని ఉండటం మంచిది.

6. విలేకరుల సమావేశంలో మరీ ముఖ్యులు (వి.వి.ఐ.పి.) ప్రసంగించేట్లయితే ఫాక్స్, టైప్ రైటర్ సౌకర్యాలు కూడా ఏర్పాటు చేస్తే మంచిది.

7. విలేకరులు పది పన్నెండుమంది మాత్రమే వచ్చినా మైక్రోఫోన్ ఏర్పాటు చేయడం తప్పనిసరి. ప్రసంగాలను ఆడియో రికార్డు చేసుకునేవారు కూడా ఉంటారు.

8. సాధారణంగా విలేకరుల సమావేశం ఉదయం 11 గంటలకు నిర్వహిస్తే అన్నిటికీ అనువుగా ఉంటుంది. అయితే ఆ సమయంలో ఇతర పార్టీల, సంస్థల కార్యక్రమాలు లేకుండా వుంటే మంచిది.

9. టిఫిన్, కాఫీ, టీల సౌకర్యం కూడా తప్పనిసరే. ఎంచేతనంటే అనేక కారణాలవల్ల విలేకరులు ఇంటివద్ద టిఫిన్‌చేసే అవకాశం ఉండకపోవచ్చు. రిఫ్రెష్‌మెంట్ కల్పిస్తే ఏకాగ్రతకు

భంగం కలగదు. అందరికీ ఒకేసారి సర్వ్ చేయగలిగిన వాటినే ఎంచుకోవాలి. ఉదాహరణకు దోసెల్లాంటివి వేడిగా అందించాలంటే అందరికీ ఒకేసారి సర్వ్ చేయడం వీలుకాదు.

10. విలేకరులందరికీ ఆహ్వానాలు అందేట్లు స్వయంగా మీరే శ్రద్ధ తీసుకోవాలి. ఎవరో ఒక విలేకరి కనిపిస్తే అతడికి విషయం చెప్పి అందర్నీ తీసుకురమ్మని చెప్పడం భావ్యం కాదు. సమావేశం జరిగే రోజు పొద్దున్నే విలేకరులందరికీ ఫోన్‌లో గుర్తు చేస్తే మరీ మంచిది.

11. విలేకరుల సమావేశం తాలూకు ఫోటోలను కొన్ని పత్రికలు ప్రచురించొచ్చు. కొన్ని ప్రచురించకపోవచ్చు. అయినా ఫోటోలు తీయించి అందరికీ పంపిణీ చేయటం ధర్మం. మరీ ముఖ్యమైన సమావేశం అయితే తప్ప, ఫోటోలను తప్పకుండా ప్రచురించాలంటూ విలేకరులపై వత్తిడి తీసుకురాకండి. అలాచేస్తే మీమీద దురభిప్రాయం కలగొచ్చు.

12. ముఖ్యమైన విషయం ఏమిటంటే సమావేశానికి రాని విలేకరులెవరో గుర్తించి వారికి సమావేశం వివరాలను వార్తగా రాసి పంపించాలి. ముఖ్యమైన విషయాన్ని లీడ్‌గా తీసుకుని వార్తా రూపంలోనే ఆ పత్రికకు అందజేయాలి.

ఉదాహరణకు మీరు తెలుగు యూనివర్శిటీలోని బోధనా విభాగంలో పనిచేస్తున్నారు. మీరు లెక్చరర్ కావచ్చు, రీడర్ కావచ్చు, ప్రొఫెసర్ కావచ్చు. మీ యూనివర్శిటీ వారు మీ ప్రాంగణంలోనే పుస్తక ప్రదర్శన ఏర్పాటు చేశారు అనుకుందాం. కారణాంతరాలవల్ల ఒక పత్రికకు చెందిన విలేకరి ఆ కార్యక్రమానికి హాజరు కాలేదు అనుకోండి. అప్పుడు మీరు మీ వార్తను ఇలా స్వయంగా రాసిపంపొచ్చు.

జీవితంలో భాగంగా తయారైన పుస్తకం

హైదరాబాద్, ఏప్రిల్ 20: నాగరికుల జీవితంలో పుస్తక పఠనం విడదీయరాని భాగంగా తయారైందని, పుస్తకం లేకుండా జీవనం అసాధ్యమేమో అనిపిస్తోందని ప్రెస్ అకాడమీ అధ్యక్షులు శ్రీ పొత్తూరి వెంకటేశ్వరరావు అన్నారు. తెలుగు విశ్వవిద్యాలయంలోని ప్రచురణ విభాగం ఆధ్వర్యంలో విశ్వవిద్యాలయం కేంద్ర కార్యాలయంలో ఏర్పాటు చేసిన పుస్తక ప్రదర్శనను ప్రారంభిస్తూ ఆయన పై విధంగా అన్నారు. పూర్వకాలంలో మౌఖిక పద్ధతిలో గురువు వద్ద నేర్చుకునేవారని అలా నేర్చుకున్న విషయాన్ని గుర్తుంచుకోవడం కష్టంగా ఉండేదని నేడు పుస్తకాలు అచ్చుకావటంవల్ల గుర్తుంచుకోవాల్సిన అవసరం తప్పిందని ఆయన తెలిపారు. ఎప్పుడు అవసరమైతే అప్పుడు పుస్తకాలను చూసి విషయాలు మననం చేసుకోవచ్చునని, పుస్తకాలు ఆధునిక విజ్ఞానశాస్త్రం ప్రసాదించిన వరం అని ఆయన అన్నారు. స్టార్ టీవీలు వచ్చాక కూడా పుస్తకాలకు ఆదరణ తగ్గలేదని, టీవీ ఉన్న ఇళ్ళలో బుక్ షెల్ఫ్‌లు కూడా ఉన్నాయని పొత్తూరి స్పష్టం చేశారు. సభకు అధ్యక్షత వహించిన తెలుగు యూనివర్శిటీ వైస్ ఛాన్సలర్ డాక్టర్ ఎన్.గోపి మాట్లాడుతూ బోధన, పరిశోధన, ప్రచురణ అనే మూడు రంగాల్లోనూ తమ విశ్వవిద్యాలయం సేవలు అందిస్తున్నదని వివరించారు. లాభాపేక్షతో కాకుండా కేవలం సేవాదృక్పథంతోనే తాము గ్రంథాలు ప్రచురించి పాఠకుల చిత్త సంస్కారాన్ని పెంచడానికి ఉడతాభక్తిగా తోడ్పడుతున్నామని ఆయన అన్నారు.

తెలుగు విశ్వవిద్యాలయం ప్రచురణ విభాగం డైరెక్టర్ ప్రొఫెసర్ తిరుమలరావు నివేదిక

సమర్పించారు. పుస్తక ప్రచురణలో తమ విభాగం సాగించిన కృషిని వివరించారు. ప్రచురణల విభాగం ప్రతినిధి దేవేందర్ వందన సమర్పణ చేశారు. ఈ సమావేశంలో శ్రీయుతులు చేకూరి రామారావు, కేతు విశ్వనాథరెడ్డి, రవ్వా శ్రీహరి, కె.రామచంద్రమూర్తి తదితరులు పాల్గొన్నారు.

ముఖ్యంగా మూడు రకాల సమావేశాలు

మొత్తంమీద విలేకరుల సమావేశాల్ని మూడురకాలుగా విభజించొచ్చు. అన్ని రకాల సమావేశాలు ఈ మూడు శ్రేణుల కిందికే వస్తాయి.

(ఎ) ముందుగానే నిర్ణయించుకున్నవి: ఇవాళ పదో తారీకు అనుకుందాం. ఏ ఇరవై తేదీనో మీ ఊరికి సోనియాగాంధీయో, వాజ్‌పేయి గారో, సుర్జిత్‌సింగ్‌గారో వస్తారని మీకు ముందే తెలిసింది. వారి అనుమతి తీసుకుని 20వ తేదీన విలేకరుల సమావేశం ఏర్పాటు చేయడానికి ఇప్పట్నుంచే ప్రయత్నాలు ప్రారంభించొచ్చు. ఆహ్వాన పత్రాలు ఎన్ని? ఎలా ప్రచురించాలి? పత్రికల వారితోపాటు ఇంకా ఏ ఏ ప్రముఖులను ఆహ్వానించాలి వగైరా అన్నీ ముందే నిర్ణయించుకుని కార్యక్రమం మొదలెట్టాలి. కార్యక్రమం రెండు గంటలపాటు ఉంటుందనుకుంటే, మూడు గంటల పాటు హాల్ బుక్ చేయాలి. మీరు గ్రంథావిష్కరణ కోసం విలేకరుల సమావేశాన్ని ఏర్పాటు చేయాలనుకుంటే ఒక ఎగ్జిబిషన్‌ను ఏర్పాటు చేస్తే బాగుంటుంది. సుప్రసిద్ధ రచయితల ఫొటోల ఎగ్జిబిషన్ కూడా ఏర్పాటు చేస్తే అదనపు ఆకర్షణగా ఉంటుంది. పత్రికా సమావేశం ముగిశాక కూడా దాని జ్ఞాపకాలు విలేకరులను, ఇతరులను వెంటాడేలా చేయాలి.

(బి) అర్జెంట్ పత్రికా సమావేశాలు: అర్జెంట్ పత్రికా సమావేశాలు అంటే అప్పటికప్పుడు నిర్వహించేవి. సోమవారంనాడు ఆంధ్రప్రదేశ్ హైకోర్టు ఒక నేరస్తునికి మరణశిక్ష విధించింది అనుకోండి. ఆ వార్త అచ్చయిన మరుసటి రోజే మీరు పత్రికా సమావేశం జయప్రదంగా నిర్వహించొచ్చు. 'మరణశిక్ష అనాగరికం కాదా?', 'శిక్ష సంస్కారానికి తోడ్పడాలి', 'మరణ శిక్షలు వాంఛనీయమా?' ఇలాంటి శీర్షికలతో చిన్న కరపత్రం ప్రచురించి ఈ వివాదాంశంపై ఫలానా చోట పత్రికా సమావేశం నిర్వహిస్తున్నట్టు తెలపవచ్చు. ఇది చట్టానికి, మానవ సంస్కృతికి సంబంధించిన విషయం కనుక ప్రముఖ న్యాయవాదులు, లా కాలేజీ ప్రొఫెసర్లతో పాటు వావిలాల గోపాలకృష్ణయ్య, బాలగోపాల్, మల్లాది సుబ్బమ్మలాటి సంఘ సేవకులను సైతం వక్తల జాబితాలో చేర్చాలి. మరణశిక్ష మనిషి జీవితానికీ, ప్రాణానికీ సంబంధించిన విషయం కాబట్టి అందరికీ ఆసక్తికరంగానే ఉంటుంది. కాకపోతే శాసనవ్యవహారాల్లోనూ, చరిత్రలోనూ విశేష పరిజ్ఞానం ఉన్న వారిని వక్తలుగా పిలవాలి.

(సి) బహిరంగ సభ ప్లస్ పత్రికా సమావేశం: కొన్ని పత్రికా సమావేశాలను బహిరంగ సభలుగానే నిర్వహించొచ్చు విలేకరులతో పాటు ప్రజలు కూడా ఈ సమావేశానికి హాజరవుతారు. అదే తేడా. దీనికి కాస్త పెద్ద హాలు తీసుకోవాలి. ఉదాహరణకు- ప్రముఖ ప్రజా గాయకుడు గద్దర్ అజ్ఞాతవాస జీవితానికి స్వస్తిచెప్పి బహిరంగ జీవితానికి శ్రీకారం చుట్టినప్పుడు విలేకరుల సమావేశం, బహిరంగ సభ రెండూ ఏకమైపోయాయి. 1975-77 ఎమర్జెన్సీ కాలంలో జైలు పాలయిన పలువురు జాతీయ నాయకులు, రచయితలు,

కళాకారులు కొన్నాళ్ళకు విడుదలయ్యారు. ఆ సందర్భంగా మన రాష్ట్రంలో కొన్నిచోట్ల జైలునుంచి విడుదలయినవారికి సన్మాన సభలు ఏర్పాటు చేశారు. సన్మానానికి ముందు విలేకరుల సమావేశం జరిగేది. అది ముగియగానే సన్మానసభ జరిగేది. ఇలాటివి కొన్ని సందర్భాల్లో మాత్రమే నిర్వహించడం సాధ్యం.

ఇది మంచి తరుణం!

దేనికయినా సమయం, సందర్భం ముఖ్యం. మీరో ప్రచార కార్యక్రమం ప్రారంభించాలనుకున్నా, కొత్త సరుకును మార్కెట్‌కు విడుదల చేయాలనుకున్నా ఒక విషయం గుర్తుంచుకోవాలి. ఏంలేదు- అటు పార్లమెంటు ఇటు శాసనసభ సమావేశాలు జరగని సమయం మీకు అనువైంది. ఆ రెండూగాని, ఒకటిగాని సమావేశంలో ఉన్నట్లయితే పత్రికలనిండా ఆ వార్తలే ఉంటాయి. ఈ మధ్య కుంభకోణాలు మరి ఎక్కువైపోతున్నాయి కాబట్టి చట్టసభల వార్తలకు ఎక్కువ ప్రాధాన్యం ఇవ్వడం సబబే. కనుక మీ వార్త కాస్త ప్రముఖంగా చోటు చేసుకోవాలంటే పార్లమెంటు, అసెంబ్లీలు జరగనప్పుడే మంచితరుణం. అవి జరగనప్పుడు పేజీలు సకాలంలో నింపాలి కనుక అట్టే ప్రాముఖ్యం లేని వార్తలకు కూడా ప్రాధాన్యం లభిస్తుంది.

మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ సహకారం: నాయకుడు ప్రసంగిస్తున్నప్పుడు పాయింట్లు నోట్ చేసుకోవడం విలేకరి బాధ్యతే అయినా ఆ పార్టీ మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ వారికి సహకరించడం ఒక్కోసారి మరీ అవసరం. ఏ ఉత్తరాది నాయకుడో వచ్చి మంథనిలోనో, మచిలీపట్నంలోనో ప్రొద్దుటూరులోనో ప్రసంగిస్తున్నాడు. ఆయన మామూలుగా ఇంగ్లీషులోగాని, హిందీలోగాని మాట్లాడతాడు. స్థానిక విలేకరులకు ఇంగ్లీషులోగాని, హిందీలోగాని పెద్దగా ప్రవేశం లేకపోవచ్చు. తెలుగు మాత్రమే వచ్చిన కంట్రిబ్యూటర్లే ఎక్కువ. ఏ వాజ్‌పేయిలాటి నాయకుడో హిందీలో ఓ కవిత చదివి వినిపిస్తే అందులోని సారాంశం కంట్రిబ్యూటర్‌కు అర్థంకాకపోవచ్చు. ఈ ఇబ్బందిని దృష్టిలో ఉంచుకుని ఆ నాయకుడి ప్రసంగాన్ని తెలుగులోకి అనువదించి లైవ్డ్ కాపీ అందిస్తే పని సులువు అవుతుంది.

ఎగతాళి వద్దు - వ్యతిరేక వార్తలైనా ముద్దే

నల్లగొండ జిల్లాలోని ఓ నాయకుడికి సంబంధించి 'ఫలానా నేతకు ఎదురుగాలి' అని చెప్పి ఓ పత్రికా విలేకరి వార్త రాశాడు. ఈ 'ఎదురుగాలి'కి మనస్తాపం చెందిన ఆ నాయకుడు ఆతర్వాత ఆ విలేకరి ఎప్పుడు కన్పించినా 'ఏమి ఎదురుగాలి గారూ! బావున్నారా?' అని ప్రశ్నించి ఎగతాళి చేయటం ప్రారంభించారు.

విలేకరి మనగురించి ప్రతికూలంగా రాయాల్సి రావచ్చు. అందులో వాస్తవం వుండొచ్చు, అర్థసత్యాలు ఉండవచ్చు. కానీ మనపై రాసిన ప్రతికూల వార్తను సైతం క్రీడాస్ఫూర్తితో తీసుకుని విలేకరులతో సత్సంబంధాలను కొనసాగించటం విజ్ఞుల కర్తవ్యం. అలాకాకుండా ఒక చిన్నవార్త వ్యతిరేకంగా వచ్చిందని చెప్పి ఆ విలేకరిపై శతృత్వం పెంచుకోవటమో, ఎగతాళి చేయటమో చేస్తే నష్టపోయేది మనమేనని గుర్తుంచుకోవాలి.

విలేకరులకు ఉండే పరిమితులను కూడా సానుభూతితో అర్థం చేసుకోగలగాలి. ఒక వార్త అనుకూలంగా లేదని చెప్పి అతను ప్రత్యర్థులకు అమ్ముడుపోయాడని అభాండాలు

వేయకూడదు. మనకు అనుకూలంగా రాసిన సందర్భాలనూ గుర్తు చేసుకోవాలి. అలా అనుకూలంగా రాస్తే ఎదుటిపక్షంవారు కూడా మీకు ఆ విలేకరి అమ్ముడయ్యాడనుకుంటే మీరు క్షమించగలరా?

వ్యతిరేక వార్తలపట్ల ప్రజాజీవనంలో ఉన్నవారి దృక్కోణం మారాల్సిన అవసరం ఉంది. వ్యతిరేక వార్తలను చేదుమాత్రలుగా ఎందుకు పరిగణించాలి. 'ఫలానా నేతకు ఎదురుగాలి' అని మూడు కాలాల శీర్షికతో వార్తవస్తే ప్రజల నాల్కల్లో ఆ వార్తద్వారా మీరు నలుగుతున్నట్లే గదా!

విలేకరులు ఏమిరాసినా వాస్తవాలను మదింపు చేసుకోగల వివేచన మీ ప్రాంత ప్రజలకు ఉంటుంది. మీ పునాది గట్టిగా ఉన్నప్పుడు, మీరు ప్రజాహిత కార్యక్రమాలతో మంచి పనులకు అంకితమైనప్పుడు వ్యతిరేక వార్తలను చూసి బెంబేలు పడాల్సిన పని ఉండదు.

ఆ వ్యతిరేక వార్తలలోని నిజానిజాలను మీరు ఆత్మపరిశీలన చేసుకుని సరిదిద్దుకోవటానికి మంచి అవకాశం దొరికిందని భావించండి. పత్రికా వార్తలో చెప్పిన విషయాలు నిజం కాకుంటే దిగులే లేదు.

మరీ అంతగా మీ పేరు ప్రఖ్యాతులకు ప్రతిష్ఠకు భంగం వాటిల్లుతోందని భావిస్తే ఏ విలేకరుల సమావేశమో ఏర్పాటు చేసి వాస్తవ పరిస్థితిని వివరించవచ్చు. ప్రతికూల వార్తద్వారా మీరు మరోసారి పత్రికాముఖంగా ప్రచారం పొందే అవకాశం లభించినట్లేగదా! బొమ్మయినా, బొరుసయినా గెలుపు మీదే అయ్యేట్లు చూసుకోవాలి.

పెద్ద పత్రికలపై ప్రేమ వద్దు

ఈ రాష్ట్రానికి గతంలో ముఖ్యమంత్రిగా పని చేసిన ఒకాయన ఎప్పుడు విలేకరుల సమావేశం ఏర్పాటు చేసినా ఈనాడు, ఆంధ్రప్రభ విలేకరుల గురించి మొదట వాకబు చేసేవారట. వారు వచ్చారని నిర్ధారించుకున్నాకే ఆయన మాట్లాడ్డం మొదలు పెట్టేవారు. దీనికి ఆయన తనకు తానుగా చెప్పుకునే కారణాలు సహేతుకంగా కన్పించవచ్చు. 'ఈనాడు' అత్యధిక సర్క్యులేషన్‌గల పత్రిక అయినందున ఆ పత్రికలో కవరేజి రావాలని కోరుకోవటం. 'ఈనాడు'లో వార్త రాకపోతే మెజారిటీ ప్రజల దగ్గరకు తన సందేశం చేరదని భావించటం. ఇది కొంతవరకూ సబబే. ఇవాళ ఈనాడు సర్క్యులేషన్‌తో పోలిస్తే తెలుగులోని మిగిలిన అన్ని పత్రికల సర్క్యులేషన్ కలిపినా ఈనాడుకు సరిరావడంలేదు. ఆంధ్రప్రభ తనగురించి వ్యతిరేక కథనాలు ప్రచురిస్తోంది కనుక ముందుగా ఆ విలేకరి గురించి కూడా వాకబు చేయటం ఆ ముఖ్యమంత్రిగారి అలవాటయి కూర్చుంది.

ముఖ్యమంత్రి విలేకరుల సమావేశం అంటే కనీసం ముప్పై, నలభైమంది దాకా విలేకరులు వస్తారు. అంతమందిలో ఒకటి రెండు పత్రికలకు చెందిన విలేకరుల గురించి వాకబు చేస్తే మిగతావారు చిన్నబుచ్చుకోరా? ఈనాడు విలేకరి రాకపోతే ఈ విలేకరుల సమావేశం నిర్వహించడం నిరర్థకం అని ప్రగాఢంగా భావిస్తే ఆ ముఖ్యమంత్రి తన పి.ఆర్.ఒ.ను ముందే అప్రమత్తం చేస్తే సరిపోతుంది. 'ఈనాడు' నుంచి ఏ విలేకరి వస్తున్నాడో వాకబుచేసి ఆయన వచ్చాక చెప్పు. కాస్త లేటయినా ఆ విలేకరి వచ్చాకే నేను ప్రెస్‌కాన్ఫరెన్స్ మొదలెడతాను' అని

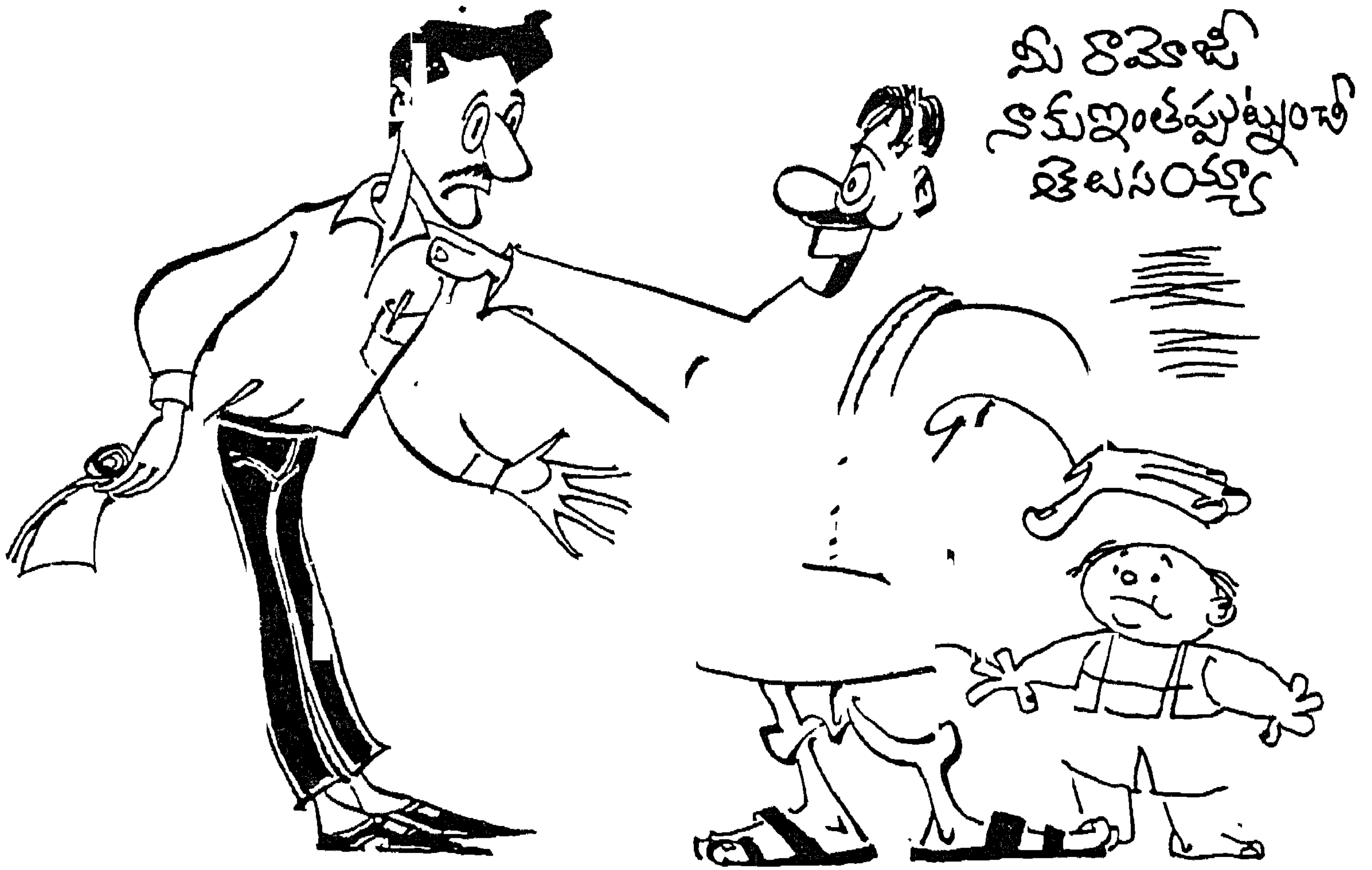
చెప్పడం మంచిది. తద్వారా స్వామికార్యం, స్వకార్యం నెరవేరతాయి. అనవసర మనస్తాపాలకు తావుండదు.

కొందరు రాజకీయ నాయకులు విలేకరుల సమావేశంలో పెద్దపత్రిక విలేకరి వచ్చేవరకూ ఆ కబుర్లు, ఈ కబుర్లు చెప్తూ కాలక్షేపం చేస్తుంటారు. ఆ పత్రిక విలేకరి వచ్చాకే అసలు విషయాలు మొదలెడతారు. ఆ విలేకరికి అతిగా ప్రాధాన్యం ఇస్తున్నాడన్న సంగతి ఆ నేత తన చేతలద్వారా చెప్పకనే చెబుతున్నాడు. ఇది కూడా ఇతర పత్రికల విలేకరులకు మనస్తాపం కలిగించి అగాథం ఏర్పరచే ప్రమాదం ఉంది. దీన్ని మనసులో పెట్టుకుని అవకాశం చిక్కితే వ్యతిరేకంగా రాయటానికి ఆ విలేకరులు కాచుక్కూచునే ప్రమాదం పొంచి ఉంటుంది.

ఒకరిపైనే దృష్టి నిలపకండి

అలాగే విలేకరుల సమావేశంలో కొందరు నేతలు ఒక విలేకరివైపే చూసి మాట్లాడుతుంటారు. ఆ విలేకరి అతనికి బాగా సన్నిహితుడైనా అయి వుండవచ్చు, లేదా చురుగ్గా వుండివుండవచ్చు, లేదా ప్రముఖ దినపత్రిక విలేకరి అయినా కావచ్చు. కారణం ఏదైనా ఇలాంటి సమష్టి కార్యకలాపంలో అందరికీ సమ ప్రాధాన్యం ఇవ్వటం అవసరం. ఒకరివైపే దృష్టి నిలపటం వెనక నిర్దిష్ట కారణం లేకపోయినప్పటికీ మిగిలిన విలేకరులు తమకు తక్కువ ప్రాధాన్యం ఇచ్చారని భావించే అవకాశం ఉంది.

మీ రామోజీ తెలుసయ్యా! అనకండి



బాలామంది రాజకీయ నాయకులు, అధికారులు ఏదైనా ఓ పత్రికా విలేకరి కనపడగానే ఆ పత్రికలో ప్రముఖస్థానం కలిగిన వ్యక్తి పేరును ప్రస్తావించి ఆయన తనకు సన్నిహితుడని చెప్పుకుంటారు. ఉదాహరణకు ఈనాడు విలేకరి సమాచార సేకరణకు వస్తే 'మీ రామోజీరావు నాకు బాగా క్లోజ్. ఈ మధ్య కలవటం పడలేదు' అని అంటుంటారు. అలాగే ఏ వార్త విలేకరో తటస్థించినప్పుడు మీ గిరీష్‌సంఘీ, నేను మంచి మిత్రులం అని అంటుంటారు. కొందరైతే బ్యూరో చీఫ్ పేరు లేదా జిల్లా స్టాఫ్ రిపోర్టర్ పేరు ప్రస్తావించడం కద్దు.

రామోజీరావు తనకు సన్నిహితుడని చెప్పుకోవడం ద్వారా తన కవరేజి బాగా వుండేట్లు చూసుకోవాలన్న ఆరాటమే ఈరకమైన వ్యాఖ్యలకు బాట వేస్తుందనుకోవాలి. మీరు నిజంగా రామోజీరావుకు సన్నిహిత మిత్రులైనా సరే ఆ విషయాన్ని విలేకరి దగ్గర ప్రస్తావించకండి. ఆ విలేకరి చొరవ తీసుకుని మా చీఫ్ ఎడిటర్‌గారు మీకు బాగా మిత్రులని విన్నాను నిజమేనా? అని వాకబు చేసినా సరే-

"ఆయనతో కొద్దిగా పరిచయం ఉందిలేవయ్యా నీతో ఉన్నట్లే" అని చెప్పి తేలకొట్టండి.

పత్రికా కార్యాలయంలోని ప్రముఖుడు తెలుసునని చెప్పుకోవటంద్వారా మంచికంటే చెడే ఎక్కువ జరిగే ప్రమాదం ఉంది. మీరు ఒక వ్యక్తి పేరు ప్రస్తావించి తనను బ్లాక్‌మెయిల్ చేస్తున్నారని విలేకరి మనసులో అనుకోవచ్చు. విలేకరిలో మీ పట్ల సదభిప్రాయం స్థానే దురభిప్రాయమూ ఏర్పడవచ్చు. 'ఇతగాడి వార్త ఏ సింగిల్ కాలమ్‌కో కుదిస్తే సరి- తిక్క కుదిరిపోతుంది. మా బాస్ తెలుసట. చూద్దాం వెళ్ళి చెప్పుకుంటాడేమో' అని విలేకరి మీ

వార్తను తరిగి ముక్కలు చేసే అవకాశాలూ ఉన్నాయి. మీ వార్తలు రాయటంలేదని మీరు ఆ పత్రికాధిపతికి ఫిర్యాదు చేసినా మీ ఫిర్యాదును పట్టించుకునే తీరుబడి ఆ పత్రికాధిపతికి ఉండకపోవచ్చు. నువ్వు చెప్పేదాంట్లో ముఖ్య విషయాలు ఉంటే మా విలేకరి తప్పక రాస్తాడు. అయినా ఆ విలేకరి బాగా రాసినా స్పేస్ లేక ఎడిట్ చేసివుండవచ్చులేవయ్యా అని పత్రికాధిపతి మీకు మరీ సన్నిహితుడైతే నచ్చచెపుతాడు. పదే పదే ఇలాంటి విషయాలను దృష్టికి తీసుకెళ్ళడమూ సాధ్యంకాదన్న సంగతిని గుర్తించండి. పొరపాటున కూడా మీరు విలేకరుల వద్ద పత్రికలోని ప్రముఖుల పేర్లు ప్రస్తావించకండి. కోరి నష్టం తెచ్చుకోకండి. అలాగే పత్రికల్లో కీలకస్థానాల్లో ఉన్నవారితో పరిచయాలున్నాయి కదా అని చెప్పి వారి దగ్గర స్థానిక విలేకరిపై ఫిర్యాదులో, ప్రశంసలో కూడా చేయకండి.

పైవారి దగ్గర మాటల సందర్భంలో స్థానిక విలేకరి ప్రస్తావన వచ్చినా 'అతడు మంచి కుర్రాడు. బాగా కష్టపడతాడు' అని అభినందనపూర్వకంగా చెప్పండి.

ఆపై ఆయన ఆ తర్వాత ఎప్పుడో స్థానిక విలేకరి కలిసినప్పుడు- 'మీ ఎమ్మెల్యేగారు నీగురించి బాగా చెప్పాడయ్యా' అని గుర్తు చెయ్యవచ్చు. ఇది మీ స్థానిక విలేకరి దృష్టిలో మీపట్ల గౌరవాన్ని పెంచుతుంది. ఆ గౌరవం మనసులో ఏర్పడితే మీకు సంబంధించిన వార్తల ట్రీట్‌మెంట్ మంచి మార్పులకు బాటవేస్తుంది.

విలేకరులతో పేచీలు

స్థానిక విలేకరితో వార్తల విషయంలో చిన్నపాటి పేచీలొచ్చినా స్థానిక స్థాయిలోనే పరిష్కరించుకోవడానికి సాధ్యమైనంతవరకూ ప్రయత్నించండి. ఈ పేచీల పరిష్కారంలో మాట చెల్లుబడి అయ్యే ఇతర పత్రికల విలేకరుల సహాయాన్ని కూడా పొందవచ్చు. ఇక విలేకరిని భరించడం కష్టంగా ఉంది- బ్లాక్‌మెయిల్ చేస్తున్నాడు. 'డబ్బు ఇస్తే సరి. లేకుంటే భరతం పడతాను' అనే స్థాయికి వెళ్తే మీరు ఆ విషయాన్ని సీరియస్‌గా తీసుకోక తప్పదు.

అప్పటికీ నింపాదిగా ఉండి నచ్చచెప్ప యత్నించండి. కానిపక్షంలో ఆ విలేకరివల్ల బాధలు పడినవారు మీ ప్రాంతంలో ఎవరేనా ఉన్నారేమో వాకబుచేయండి. వారు ఏ పార్టీవారయినా సరే వారి మద్దతు సమీకరించండి. కలిసికట్టుగా ఆలోచించి ఫిర్యాదు తయారు చేయండి. ఆ ఫిర్యాదు మరీ సుదీర్ఘంగా ఉండకుండా చూడండి. ఫిర్యాదును చూడగానే ముఖ్యాంశాలు అర్థమయ్యేటట్లు ఉండాలి. అవసరమైతే పాయింట్లవారీగా మీ వాదనలను పొందుపరచండి. మీ ఫిర్యాదుకు బలమైన సాక్ష్యాలు జతపరచండి.

బలమైన సాక్ష్యాలంటే...

ఇప్పటివరకూ మీగురించి విలేకరి బాగా రాసి ఉండొచ్చు. మిమ్మల్ని డబ్బులడిగి మీరు లేదన్నాక అతని ధోరణిలో మార్పు వచ్చి మీపై అకారణ విమర్శలు గుప్పిస్తూ వార్తలు రాయవచ్చు. లేదా మీ పేరు ప్రస్తావించకపోయినా మీ తలకు చుట్టుకునే వార్త రాయవచ్చు. ఉదాహరణకు మీరు సబ్‌ఇన్‌స్పెక్టర్ అనుకోండి- మీపై కక్ష తీర్చుకోవాలనుకునే విలేకరి- నగరంలో దొంగతనాలు పెరిగిపోయాయనో, రాత్రిళ్ళు ప్రజలు నిద్రకు దూరమై భయభ్రాంతులకు లోనై ఉన్నారనో ఎడాపెడా వార్తలు గుప్పించవచ్చు. అదే విలేకరి మీ

హయాంలో రౌడీల ఆట కట్టయిందని, దొంగలు తోకముడిచారని లోగడ రాసి ఉండవచ్చు. అప్పటికీ ఇప్పటికీ పరిస్థితి విలేకరి భావించినంతగా దిగజారవచ్చు, దిగజారకపోయి ఉండవచ్చు. విలేకరి పోలీసులపైనే 'వార్త దెబ్బ' తీయాలనుకుంటున్నాడని స్పష్టంగా అర్థమైనప్పుడు మీరు నాటి, నేటి వార్తలను ఒకే పేజీలో జిరాక్స్ తీయించి ఫిర్యాదుకు జోడించవచ్చు. ఆ రెండు వార్తలు చూస్తే ఆ విలేకరి నైజం తెలిసిపోతుంది. మీకు సంబంధించిన అనుకూల, ప్రతికూల వార్తలు వేటినైనా పత్రికనుంచి కత్తిరించి ఫైళ్ళలో భద్రపరచుకోవటం ఉపయుక్తం. భవిష్యత్తులో ఇలాంటి అవసరాలకే కాక ఇతరత్రా రిఫరెన్స్‌కూ పనికొస్తుంది.

మీ లిఖిత ఫిర్యాదును పత్రికలోని కీలక వ్యక్తులను గుర్తించి వారికి రిజిస్టర్ పోస్టులో పంపండి. జిల్లా కేంద్రంలోని స్టాఫ్ రిపోర్టర్, పత్రిక ఎడిషన్ కేంద్రంలో ఉండే న్యూస్ కో-ఆర్డినేటర్ లేదా డైరెక్టర్, మేనేజింగ్ డైరెక్టర్, చీఫ్ ఎడిటర్‌లకు పంపండి. ఫిర్యాదును ఎడిటర్‌కు ఉద్దేశించి రాస్తే సరిపోతుంది. ఫిర్యాదు దిగువన దీని నకళ్ళను ఈ దిగువ వారికి పంపడమైనది అని పేర్కొని పైన పేర్కొన్నవారి పేర్లను రాయండి.

ఫిర్యాదు సమంజసంగానే ఉండి, పట్టించుకుని చర్య తీసుకునే ఆరోపణల బలం ఉందనుకున్నప్పుడు పత్రికా నిర్వాహకులు సంబంధిత విలేకరిని ఎడిషన్ కేంద్రానికి పిలిపించి అతని వాదన తెలుసుకుంటారు. లేదా జిల్లా రిపోర్టర్‌ను ఈ విషయమై విచారణ జరిపి వాస్తవ పరిస్థితిపై నివేదిక సమర్పించాల్సిందిగా కోరవచ్చు.

విలేకరిది క్షమించదగిన పొరబాటని భావిస్తేనో లేదా అతను బాగా వార్తలు రాస్తూ అప్పటివరకూ మంచి పేరు గడించి ఉంటేనో మొదటి తప్పుగా మందలించి వదిలేయవచ్చు. ఎందుకంటే ఫీల్డ్‌లో ఉండే విలేకరులపై ఫిర్యాదులు రావటం సహజం. ప్రతి ఫిర్యాదును పురస్కరించుకుని పత్రికా యాజమాన్యం విలేకరులను తీసేస్తూపోతే ఆ పత్రికకు విలేకరులే మిగలరు. అలా అని చెప్పి సీరియస్ ఆరోపణలు ఉన్నప్పుడు ఉపేక్షిస్తారని కాదు. కానీ మీ ఫిర్యాదు ప్రభావం మాత్రం తప్పనిసరిగా విలేకరిపై ఉంటుంది. అతడు మున్ముందు మీ విషయంలో జాగ్రత్తగా మెలగడానికి మీ ఫిర్యాదు పరోక్షంగా దోహదపడుతుంది.

ఈ విషయాలను దృష్టిలో ఉంచుకోండి.

1. పత్రికలోని ప్రముఖ వ్యక్తుల ప్రస్తావనలను విలేకరుల దగ్గర తీసుకురాకండి.

2. మనం చెప్పిన విషయాల్లో పస ఉన్నప్పుడు మాత్రమే విలేకరి బాగా రాయగలుగుతాడు.

3. విలేకరితో పేచీలొచ్చినా సాధ్యమైనమేర సామరస్యంగా పరిష్కరించుకోవడానికి ప్రయత్నించండి.

4. అనివార్యమైనప్పుడు మాత్రమే పత్రికా నిర్వాహకులకు ఫిర్యాదు దాఖలు చేయండి.

5. ఫిర్యాదు వలన విలేకరి ఉద్యోగం ఊడకపోయినా సానుకూల ప్రభావం ఉంటుందని గుర్తించండి.

విలేకరులను కొనేయటం సాధ్యమేనా?

"ఇప్పుడు డబ్బులివ్వందే ఎవరూ మనగురించి ఏమీ రాయటంలేదు. డబ్బులిస్తే ఇంద్రుడు, చంద్రుడు అంటున్నారు" ఇలాంటి వ్యాఖ్యలు వినటం సహజం.

"విలేకరులకు డబ్బును ఎరగా వేసి మంచి ప్రచారం పొందవచ్చా? డబ్బులివ్వకపోతే అసలు ఏమీ రాయరా?" చాలామందిని ఇప్పుడు వేధిస్తున్న ప్రశ్నలివి.

సమాజంలోని అనేక రంగాల్లో విలువల పతన ఛాయల ప్రభావం కొంతమేరకు జర్నలిజంపైకి కూడా ప్రసరించి వుండవచ్చు. కొన్నిచోట్ల డబ్బుకు, ఇతర ప్రలోభాలకు కొంతమంది విలేకరులు లోనుకావచ్చు. కొన్ని వాణిజ్య సంస్థలు, కంపెనీలు తమ వ్యాపార వృద్ధికోసం ఏర్పాటు చేసే విలేకరుల సమావేశాల్లో బహుమతి వస్తువులను, గిఫ్ట్ కూపన్లను ఇస్తుండవచ్చు.

మరికొన్ని చోట్ల కొందరు రాజకీయ నాయకులు విలేకరుల స్థితిగతుల దృష్ట్యా 'ఫేవర్స్' చేసిపెడుతూ ఉండవచ్చు.

అన్నిచోట్లా, అన్ని వేళల్లో ఇదే పోకడ కొనసాగుతుందనుకోవడం పొరబాటు. నీతి నియమాలను ప్రాణసమానంగా భావించే విలేకరులు ఇప్పటికీ ఉన్నారు.

డబ్బు పాత్ర ఉందనుకున్నా దాని పాత్ర పరిమితమనే చెప్పాలి. డబ్బుతో కొనుక్కునే ప్రచారం వలన ఒనగూరే ప్రయోజనాలు కూడా తాత్కాలికమైనవే.

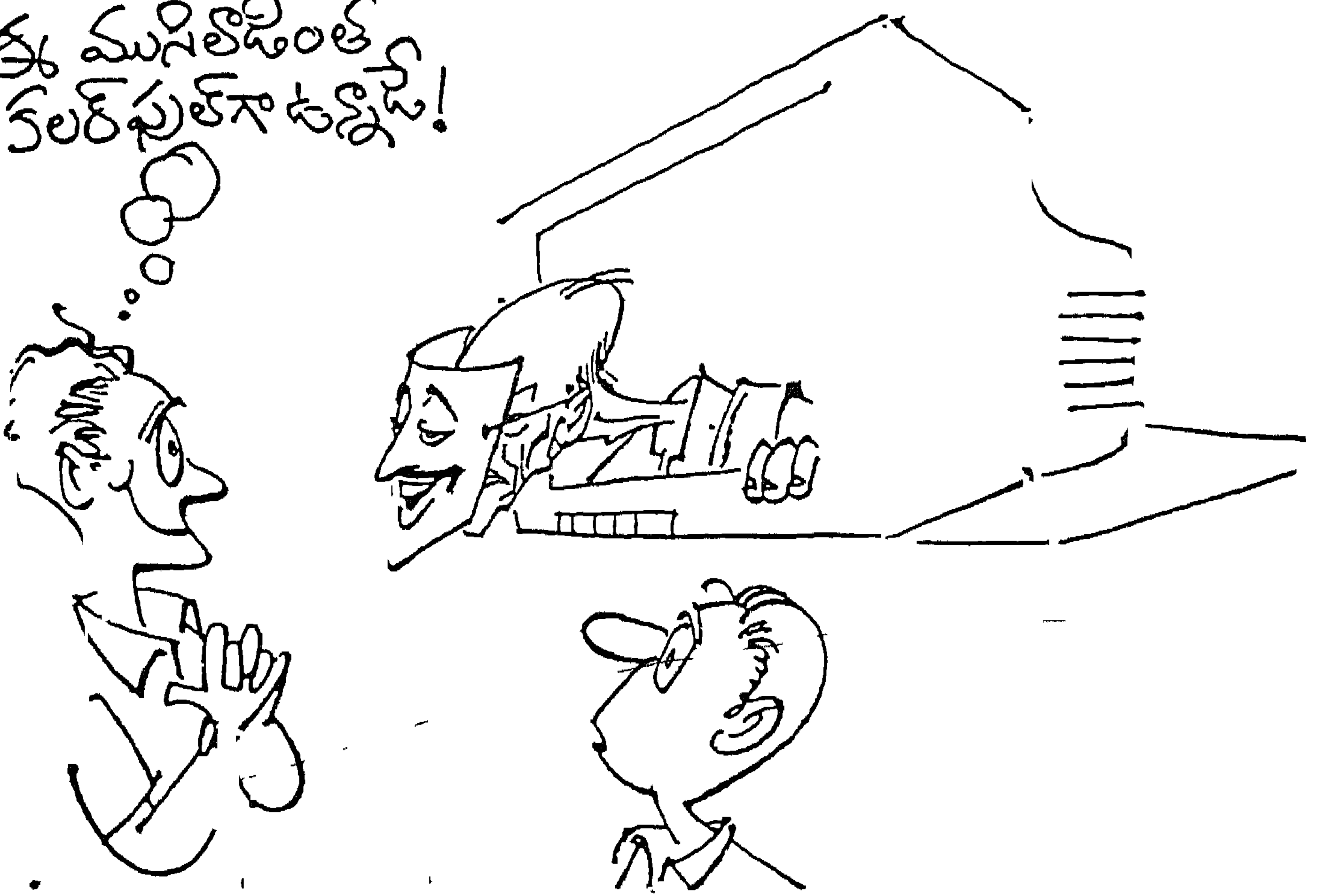
వార్తామతల్లి శక్తిస్వరూపిణి. అది కొంతమంది విలేకరుల, నాయకుల చెప్పుచేతల్లో ఉండదు. ఎవరేనా ఏదైనా అక్రమానికి పాల్పడి కేసులో ఇరుక్కుంటే ఆ వార్తను ఎంత డబ్బు విరజిమ్మినా పత్రికల్లో రాకుండా అడ్డుకోలేరు. తాత్కాలికంగా ఉపశమనం కలిగినా ఏదో ఒక దశలో గుట్టురట్టు కావాల్సిందే.

ఏ కార్యకలాపాలు నిర్వహించకుండా, ప్రజల్లో ఏమాత్రం పట్టులేకుండా 'పేపర్ టైగర్లు' గా చలామణి అయ్యే కొంతమంది అక్రమ పద్ధతులను ఆశ్రయిస్తుంటారు. అయినా దానివలన ఒనగూరే శాశ్వత ప్రయోజనాలు ఉండవు.

విలేకరులకు ఎలా ఎరవేయాలి? అని ఆలోచించడానికి బదులు న్యూస్ మేకర్ ఎలా కావాలి అని ఆలోచిస్తే సానుకూల ఫలితాలు లభిస్తాయి.

మీరు ఓ రంగంలో విశిష్టసేవలు చేస్తే ఏదో ఒకనాడు ఏ అవార్డు రూపంలోనో మీ కృషికి గుర్తింపు రాకమానదు. అవార్డును ప్రభుత్వం ప్రకటించగానే విలేకరులు మీ ఇంటర్వ్యూకోసం, ఫోటోల కోసం వెంపర్లాడతారు. ఇలా మీరు అవకాశాలను సద్వినియోగపరచుకోవడానికి ప్రయత్నించాలి. ప్రత్యక్ష కార్యాచరణ ద్వారా తగినంత ప్రచారం పొందవచ్చు.

బుల్లితెర బుల్లోడు కావాలనుందా?



ఇవాళ మన రాష్ట్రంలోనూ, దేశంలోనూ రేడియో, టెలివిజన్ కేంద్రాల సంఖ్య నానాటికీ పెరిగిపోతోంది. నిజానికి దేశంలో రేడియో కేంద్రాలకంటె టీవీ కేంద్రాల సంఖ్యే ఎక్కువ. టీవీ ఛానెల్స్ సౌకర్యాలు కూడా గుమ్మడిపాదులా విస్తరిస్తున్నాయి. ఈటీవీ, జెమినీ టీవీ, సిటీ కేబుల్ లాంటి ఛానెల్స్ దేశ, రాష్ట్ర రాజకీయ పరిణామాలపై ఎప్పటికప్పుడు వార్తలు అందజేస్తున్నాయి. పత్రికలతో పాటు టీవీ, రేడియోల ప్రభావమూ పెరుగుతోంది. రేడియో, టీవీలలో ఏ సమయాల్లో వార్తలు ప్రసారమవుతున్నాయి, వాటి డెడ్‌లైన్స్ ఏమిటి అనే అంశాలపై అవగాహన పెంచుకోవాలి. పత్రికల్లో వార్తలను విపులంగా వివరించే అవకాశం ఉంది. రేడియో, టీవీలలో ఆ అవకాశం తక్కువ. వీటిలో వార్తలను సెకెండ్లలో కొలుస్తారు. ఎంత ముఖ్యమైన వార్త అయినా క్షణాల్లో ముగియాల్సిందే. కనుక రేడియో, టీవీలకు వార్తలు పంపేప్పుడు వార్త పొడుగ్గా ఉండకూడదు. వార్తలోగాని, వ్యాఖ్యలోగాని చాలా ముఖ్యమైన పాయింట్లే ఉండాలి.

టెలివిజన్‌లో వార్తలు, ఇంటర్వ్యూలు

ప్రైవేట్ టీవీ ఛానెల్స్ స్వభావం ఏమిటో ముందు గుర్తించాలి. వీటిది వాణిజ్య స్వభావం. ఆ కారణంగా ప్రైవేట్ టీవీ ఛానెల్స్ కార్యక్రమాల్లో ఎక్కువ భాగం వినోదమే ఉంటుంది. రోజుకు రెండు సినిమాలు, రెండుమూడు సినిమా పాటల కార్యక్రమాలు, సినిమాలకు సంబంధించిన ఇతర కార్యక్రమాలు మొత్తం మీద వినోదానికే పెద్దపీట. వార్తలకు, వ్యాఖ్యలకు, ఇంటర్వ్యూలకు చాలా తక్కువ సమయం మాత్రమే కేటాయిస్తారు. స్థానిక టీవీ ఛానెల్స్

ార్తల రంగంలో ముఖ్యంగా జాతీయ, అంతర్జాతీయ వార్తారంగంలో దూరదర్శన్‌తో పోటీపడే ్తికి ఇంకా చేరుకోలేదు. అందువల్ల ఇవి సహజంగానే ప్రాంతీయ వార్తలకు ఎక్కువ ప్రాధాన్యం ిస్తాయి. దూరదర్శన్‌లో రావు అనుకున్న వార్తలకు మరింత ప్రాముఖ్యం ఇస్తాయి. ఈ ిరిస్థితిని మీరు చక్కగా వినియోగించుకోవచ్చు. ఉదాహరణకు మీకు తెలిసిన పేటలో ంటిచెయ్యి వ్యక్తి ఉంటాడు. అతడు ఒంటిచేత్తోనే బల్లలు, కుర్చీలు చక్కగా చేస్తుంటాడు. ప్రైవేట్ టీవీలకు అది చక్కటి వార్తే. వీడియో కెమెరా తెచ్చుకుని, రికార్డు చేసుకుపోతారు. కసారి వారికి మీరు ఇలాంటి మానవాసక్తికర వార్త అందజేస్తే వారితో పరిచయాలు ర్పడతాయి. రేపు మీ సమాచారాన్ని ప్రసారం చేయడానికి 'నో' అనలేరు. కానీ ఒక విషయం ర్తుంచుకోండి. మీరు ఇచ్చే సమాచారంలో వార్తా లక్షణం ఉండితీరాలి. వార్తలు కానివాటిని ార్తలుగా ప్రసారంచేస్తే తమ క్రెడిబిలిటీ దెబ్బతింటుందని టీవీవాళ్ళు భావిస్తారు. మీరు ందజేసే సమాచారంలో కనీసం కొత్తదనమైనా ఉండాలి. ఆమధ్య హైదరాబాద్‌లో ఒకచోట షాపు ప్రారంభించారు. ఆ షాపులో ఒక వైపు బిస్కట్, కేకుల్లాంటి బేకరీ పదార్థాలు మరోవైపు ్రెడ్ మీట్ పదార్థాలు అమ్ముతున్నారు. డ్రైడ్‌మీట్ అంటే ప్రాసెస్ చేసిన కోడిమాంసం, ందిమాంసం, కోడిగుడ్ల పౌడర్ వగైరాలు. అదోరకం షాపు. ఇహనేం ఓ ప్రైవేట్ ఛానెల్‌వాళ్ళు ్కగా అరనిమిషం సేపు ఆ షాపు చూపించి వివరాలు తెలిపారు.

ఇటీవల రేడియో, టెలివిజన్ వాళ్ళు వార్తలతోపాటు ఆసక్తికరమైన మేగజీన్ ప్రోగ్రామ్స్ ూడా ప్రసారం చేస్తున్నారు. మేగజీన్ కార్యక్రమాల్లో చాలా రకాల సమాచారాన్ని ప్రసారం ిస్తారు. దూరదర్శన్‌లో సిద్ధార్థకక్, రేణుకా సహాయ్‌లు జమిలిగా ప్రసారం చేసిన 'సురభి' ంగజీన్ కార్యక్రమాలను ఒక్కసారి గుర్తు చేసుకోండి. ముందు రేడియో ఇంటర్వ్యూలను ిస్తావిద్దాం.

ిడియో ఇంటర్వ్యూ ఆరు రకాలు:

మొత్తంమీద ఆరు రకాల రేడియో ఇంటర్వ్యూలున్నాయి. వీటి గురించి కనీసం స్థూలమైన ివగాహన కలిగి ఉండడం ప్రతి పబ్లిసిస్టు (ప్రచారకర్త)కూ అవసరం.

1. లొకేషన్‌లో ఇంటర్వ్యూ: వార్తలకోసం గాని మేగజీన్ కార్యక్రమాల కోసంగాని రేడియో బ్బంది వార్తా స్థలానికే వచ్చి ఇంటర్వ్యూ చేస్తారు. ఈ ఇంటర్వ్యూను ముందే రికార్డు ిసుకుని స్టేషన్‌కెళ్ళాక ఎడిట్ చేసుకుంటారు. వార్త అయితే అదే రోజున, మేగజీన్ ార్యక్రమమైతే నిర్ణీత రోజున ప్రసారం చేస్తారు. మీరు ఆసక్తికరమైన సమాచారం ందజేయగలరని రేడియోవాళ్ళు భావిస్తే, వాళ్ళ జర్నలిస్టును లొకేషన్‌కు పంపిస్తారు. అతడు ప్‌రికార్డర్ తెచ్చుకుంటాడు. కానీ మీరు కూడా ఒక టేపు రికార్డర్‌ను సిద్ధం చేసుకుని ఉంటే ంచిది. ఏ కారణం చేత అయినా అతడి రికార్డర్ పనిచేయకపోయినా మీ దానితో నికానివ్వొచ్చు. మీరామాత్రం ముందు జాగ్రత్త తీసుకున్నందుకు రేడియో జర్నలిస్టు ంతోషిస్తాడు.

మీరో రచయిత: మీ కథలకో, కవిత్వానికో గుర్తింపు పొందిన అవార్డు వచ్చిందనుకోండి. దా మీ అపార్ట్‌మెంట్స్‌లో నివసించే ఒక రచయితకు జ్ఞానపీఠ అవార్డో, కేంద్ర సాహిత్య

అకాడమి అవార్డో వచ్చిందనుకోండి. రేడియోవాళ్ళకు మీరు ఆ విషయం తెలపగానే వాళ్ళు పరుగు పరుగున వచ్చి ఇంటర్వ్యూ చేస్తారు. మీకు సాహిత్యంలో ప్రవేశం ఉంటే రేడియోవాళ్ళు అడగదల్చిన ప్రశ్నలను మీరే రూపొందించి సిద్ధం చేసి ఉంచొచ్చు. రేడియో జర్నలిస్టు రాగానే ఎన్ని నిమిషాలు? ఏ ప్రశ్నలడగాలి వగైరాలు ప్లాన్ చేసుకుని ఇంటర్వ్యూ ప్రారంభించాలి. ఇలాంటి ఇంటర్వ్యూ, వార్తల్లో అయితే కొన్ని క్షణాలు, మేగజీన్ కార్యక్రమంలో అయితే ఏ పది నిమిషాలో ప్రసారమవుతుంది.

2. స్టూడియోలో రికార్డు: సాధారణంగా రేడియో సిబ్బంది ఎప్పుడూ చాలా బిజీగా ఉంటారు. అత్యవసరమనుకుంటేనే బయట రికార్డింగ్‌కు బయల్దేరతారు. సమయం ఆదా అవుతుందన్న ఉద్దేశంతో స్టూడియో ఇంటర్వ్యూలే ఇష్టపడతారు. స్టూడియోలో ముందు ఉత్తుత్తి ఇంటర్వ్యూ సాగిస్తారు. అది రిహార్సల్ లాటిది. అందులో ఎంత సమయం పడుతుంది? ముఖ్యమైన పాయింట్లన్నీ కవర్ అయ్యాయా లేదా? వగైరా విషయాలు తెలుస్తాయి. మరో విషయమేమంటే మీకు ఇంటర్వ్యూ భయం లాటిదేదయినా ఉంటే ఆ భయం రిహార్సల్ ఇంటర్వ్యూలోనే పోతుంది. కనీసం పోవడానికి అవకాశం ఉంది. తర్వాత అసలు ఇంటర్వ్యూ ప్రారంభమవుతుంది. ఇంటర్వ్యూ పూర్తయ్యాక ఒకసారి వేసి చూసుకుని వాళ్ళ నియమ నిబంధనలకు అనుగుణంగా ఎడిట్ చేసుకుంటారు. రేడియో, టెలివిజన్ ప్రసారాలకు సంబంధించి కొన్ని సూత్రాలున్నాయి. ఉదాహరణకు మీరు మీ ఇంటర్వ్యూలో భారత్‌కు మిత్రదేశాన్ని విమర్శిస్తే దాన్ని తప్పకుండా సెన్సార్ చేస్తారు.

3. లొకేషన్‌లో ప్రత్యక్షంగా సాగే ఇంటర్వ్యూ: ఇలాటి ఇంటర్వ్యూలు చాలా అరుదుగా మాత్రమే జరుగుతాయి. ఈ రకం ఇంటర్వ్యూలు రెండు కారణాలవల్ల జరగొచ్చు. ఒకటి- మీరు ఏదో ఒక రంగంలో సుప్రసిద్ధులై ఉండాలి. లేదా ముఖ్యమంత్రో, మంత్రో అయినా పర్వాలేదు. ఎం.ఎఫ్.హుస్సేన్‌లాటి కళాకారుల్నీ, అక్కినేని నాగేశ్వరరావు, భానుమతి లాటి సినీయాక్టర్లనీ, అబ్దుల్ కలామ్ లాటి సైంటిస్టుల్నీ, శివరామకారంత్‌లాటి విఖ్యాత రచయితలనీ వాళ్ళ ఇళ్ళకు వెళ్ళి ఇంటర్వ్యూ చేస్తారు. మొత్తం ముగ్గురు నలుగురు సిబ్బంది రావటం, అవసరమైన పరికరాలు తీసుకురావటం, వీటికొక వాహనం అవసరం కావటం- ఇలా ఇబ్బందులెన్నో ఉంటాయి కనుక సాధారణంగా తప్పనిసరైతేనే రేడియోవాళ్ళు ఈ తరహా ఇంటర్వ్యూకు సమాయత్తమవుతారు.

4. స్టూడియోలో లైవ్: వార్తలకోసం సాధారణంగా ఈ ఇంటర్వ్యూ జరగదు. సుప్రసిద్ధులను అతిథులుగా ఆహ్వానించినప్పుడే స్టూడియోలో లైవ్ ఇంటర్వ్యూ నిర్వహిస్తారు. ఇది లైవ్ కనుక సెన్సార్‌షిప్ గట్రా వుండదు. సెన్సార్‌షిప్ ఉండదు కాబట్టి రేడియో నిబంధనలను అతిక్రమించరు అనుకున్న వారినే ఆహ్వానిస్తారు.

5. దూరంలో ఉండి ఇంటర్వ్యూ (డౌన్ ది లైన్): డౌన్ ది లైన్ ఇంటర్వ్యూ నిర్వహణ కాస్త కష్టంతో కూడుకున్నదే. ఇంటర్వ్యూ చేసే వ్యక్తేమో రేడియో స్టేషన్‌లో ఉంటాడు. సమాధానాలిచ్చే వ్యక్తి ఏ జిల్లా కేంద్రంలోనో, మండల కేంద్రంలోనో ఉంటాడు. అయితే ఆ జిల్లా కేంద్రంలోగాని, మండల కేంద్రంలోగాని రేడియోవారికి తగిన ఏర్పాట్లు ఉండాలి.

ా ఉన్నప్పుడే ఈ ఇంటర్వ్యూ జరుగుతుంది. ఉదాహరణకు హైదరాబాద్ రేడియో ద్రంలో ఎన్నికల ఫలితాలపై విశ్లేషణ కొనసాగుతూంటుంది. ఏ కరీంనగర్‌లోనో, చీరాలలోనో నాయకుడుంటాడు. ఇక్కడనుంచే ఆయన స్పందన ఏమిటో తెలపమంటారు. ఆయన ం వ్యాఖ్యలు మనకు చక్కగా వినిపిస్తాయి. ఈ తరహా ఇంటర్వ్యూలు సాధారణంగా ్నికల సందర్భంలోనూ, వరదలు, తుపాన్లు సందర్భంలోనూ నిర్వహించడం కద్దు.

6. టెలిఫోన్ ఇంటర్వ్యూ: టెలిఫోన్ ఇంటర్వ్యూలు ఇటీవల మామూలైపోయిన మాట మే అయినా వీటిలో నాణ్యత ఆశించలేము. అంటే స్టూడియో ఇంటర్వ్యూ ప్రసారమైనంత ష్టంగా, నిర్దుష్టంగా టెలిఫోన్ ఇంటర్వ్యూలు ప్రసారం కావు. ఇందుకు ప్రధాన కారణం ంకేతిక ఇబ్బందులే. మన దేశంలో టెలిఫోన్ వ్యవస్థ లోపభూయిష్టంగా ఉన్నప్పుడు రేడియో ఫోన్ ఇంటర్వ్యూలు స్పష్టంగా ఉంటాయని ఎలా ఆశించడం? ఒక సర్వే ప్రకారం కలకత్తా రంలోని టెలిఫోన్లలో 20 శాతం టెలిఫోన్లు ఎప్పుడూ పనిచేయవట.

్ని సూచనలు

రేడియోవాళ్ళు మిమ్మల్ని సవాలక్ష అంశాలపై ఇంటర్వ్యూ చేయొచ్చు. పస ఉండాలేగానీ టర్వ్యూ కేదీ కాదనర్హం. ఏ అంశంపై అయినా ఆసక్తికరంగా ఇంటర్వ్యూ నిర్వహించొచ్చు. టర్వ్యూ సందర్భంలో కొన్ని సూచనలు గుర్తుంచుకోండి. మీరు మీ పనిలో జయప్రదంగా ుటపడే అవకాశం ఉంది. 1. ఇంటర్వ్యూ చేసే వ్యక్తి టేపురికార్డర్ సిద్ధం చేసి మీ ముందు చోగానే ఇంటర్వ్యూ చేస్తున్న వ్యక్తి మొహంలోకి సూటిగా చూస్తుండాలి. ఇంటర్వ్యూ టే ఇద్దరు వ్యక్తుల మధ్య సంభాషణే, అంతకు మించిన బృహత్ కార్యక్రమమేదీ ఇందులో ు అని భావించాలి. అలా భావిస్తే భయం, జంకు లాంటివి ఉండవు. మీరు చెప్పే ాధానం ఉద్వేగభరిత అంశానికి సంబంధించిందే అయినా మీరు మాత్రం తొణక్కుండా ాంతంగా ఉండాలి. మిమ్మల్ని రెచ్చగొట్టే ప్రశ్నలడిగినా మీరు మాత్రం సంయమనం ్పోకుండా నింపాదిగా సమాధానం చెప్పగలగాలి.

2. ఏ ప్రశ్నకైనా సమాధానం ఇరవై ముప్పై సెకండ్లలోనే పూర్తి చెయ్యాలి. ప్రశ్నకు సూటిగా ాధానమిస్తే ఆ సమయం చాలు. ఈ ఉదాహరణ గమనించండి.

ప్రశ్న: ప్రభుత్వం చేపట్టిన రోడ్ల విస్తరణ కార్యక్రమాన్ని మీరెందుకు వ్యతిరేకిస్తున్నారు?

సమాధానం: నేను ఆ కార్యక్రమాన్ని వ్యతిరేకించడంలేదు. విస్తరణ పేరుతో పేదల ఇళ్ళు లగొడుతున్నారేగానీ వారికి ప్రత్యామ్నాయ సౌకర్యాలు కల్పించడంలేదు. ఇళ్ళు కోల్పోయిన ుకి స్థలమూ చూపాలి, ఇళ్ళ నిర్మాణానికి నిధులూ ఇవ్వాలి. ఇదే నేకోరేది.

ఇలా సూటిగా టకటకా జవాబివ్వాలి. ఆ వూళ్ళో ఇన్ని వేల ఇళ్ళు కూలగొట్టారు, ఈ ళ్ళో ఇన్నివేల ఇళ్ళు కూల్చారు అంటూ సోదిచెప్పకూడదు. ఆ సమాచారం అప్పటికే పత్రికల్లో ు ఉంటుంది కదా!

3. వివాదాస్పద ప్రశ్న అడిగినా తాపీగా సమాధానం చెప్పాలి తప్ప వాదనకు ుకూడదు. ఒక సమస్యను వివిధ కోణాలనుంచి పరిశీలించాలన్నదే ఇంటర్వ్యూ చేసే క్తి అభిప్రాయం. అలా అయితేనే ఇంటర్వ్యూ సమగ్రంగా ఉంటుంది. ఆ సమగ్రత కోసం

రకరకాల ప్రశ్నలు అడగొచ్చు. అంతమాత్రాన రెచ్చిపోవాల్సిన అవసరం లేదు.

4. ప్రశ్నకు ప్రశ్న జవాబు కాదు. మీరు ప్రశ్నలకు సమాధానాలివ్వాలి తప్ప ఎదురు ప్రశ్నలు వేయడం సబబుకాదు. అందులోనూ మీరు రిక్వెస్ట్‌చేసి ఏర్పాటు చేసుకున్న ఇంటర్వ్యూలో ఎదురు ప్రశ్నలు వేయడం, ఇంటర్వ్యూ చేసే వ్యక్తిని నొప్పించడం మంచిది కాదు. అలా నొప్పించడం పెద్దలకు చెల్లుతుందేమోకానీ మనలాటి వారికి చెల్లదు. ఒకసారి అప్పటి విదేశాంగ మంత్రి కృష్ణమీనన్‌ను అమెరికా విలేకరులు ప్రశ్నల పరంపరలు కురిపిస్తూ ఉక్కిరిబిక్కిరి చేశారు. ఆయన సంయమనం కోల్పోయిన సమయంలో ఒక విలేకరి ఇలా ప్రశ్నించాడట.

ప్రశ్న: మీనన్‌గారూ మీరు కమ్యూనిస్టట. నిజమేనా?

జవాబు: రిపోర్టర్‌గారూ మీరు రండా కొడుకట నిజమేనా?

కృష్ణమీనన్ సమాధానం పైకి పెడసరంగా కనిపించినా అందులో ఒక సూచన ఉంది. కృష్ణమీనన్ విదేశాంగ మంత్రిగా చేసిన నిర్ణయాలగురించి, తీసుకున్న చర్యల గురించి మాత్రమే ప్రశ్నించాలి. లేదా ఇండియా విదేశాంగ విధానం గురించి ప్రశ్నించొచ్చు. అంతేతప్ప వ్యక్తిగత ప్రశ్నలు అడక్కూడదు. కృష్ణమీనన్ కమ్యూనిస్టయితే అతడికెందుకు? కాకపోతే అతడికెందుకు? నువ్వు నన్ను కమ్యూనిస్టువా అని ప్రశ్నించడం నిన్ను నేను బాస్టర్డ్‌వా అని ప్రశ్నించినట్లుంది అన్నదే మీనన్ భావం.

5. సమాధానాలతో సిద్ధం: కొన్ని ప్రశ్నలను ముందే ఊహించి వాటికి సమాధానాలను కాగితంపై రాసుకోండి. ఆ కాగితాన్ని టేబుల్‌పై ఉంచుకుని ముఖ్యంగా అంకెలు వగైరా- సమాధానాలివ్వొచ్చు. అంతేకాదు మీవెంట మినరల్ వాటర్ బాటిల్ కూడా తీసుకెళ్ళొచ్చు. ఉన్నట్టుండి దాహమవుతుంది. అప్పుడు ఇంటర్వ్యూ చేస్తున్న వ్యక్తిని నీళ్ళడగటం భావ్యంకాదు. అలా అడిగితే ఆయన ఏకాగ్రతకు భంగం కలగొచ్చు.

6. రేడియోవాళ్ళు నిర్దేశించిన సమయంకంటె పావుగంటముందే వెళ్తే హాయిగా రిలాక్స్ అవొచ్చు. విషయాలనోసారి మననం చేసుకుని ఇంటర్వ్యూకు సన్నద్ధం కావచ్చు. అన్నట్టు మీకు సిగరెట్ అలవాటు ఉన్నా ఇంటర్వ్యూ సాగుతున్నప్పుడు మాత్రం ఆ పని చేయకండి.

7. ఇంటర్వ్యూ గదిలోకి మొబైల్ టెలిఫోన్లు, డిజిటల్ వాచి తీసుకెళ్ళకపోవటం మంచిది.

8. ఇంటర్వ్యూ చేసే వ్యక్తితో ఇంటర్వ్యూ ప్రారంభంకావడానికి ముందే నాలుగు ముక్కలు మాట్లాడి అతన్నొక పరిచయస్తునిగా భావించండి. ఇద్దరు పరిచయస్తుల మధ్య సాగే సంభాషణ మాదిరి జరగాలి ఇంటర్వ్యూ. నవ్వుతూ మాట్లాడడం మీకు అలవాటనుకోండి. ఇంటర్వ్యూలో కూడా అదే శైలి కొనసాగించండి.

9. తెలియని ప్రశ్నకు సమాధానం చెప్పడానికి ప్రయత్నించి ఖంగుతినొద్దు. నిజాయితీగా తెలీదు అంటేనే ఇంటర్వ్యూ చేసే వ్యక్తితోపాటు శ్రోతలూ మెచ్చుకుంటారు. హానెస్టీ ఈజ్ ది బెస్ట్ పాలసీ (నిజాయితీగా వ్యవహరించడమే ఉత్తమ పద్ధతి)

10. ప్రతి ప్రశ్నకూ మాటల్లోనే సమాధానం చెప్పాలి. రేడియో ఇంటర్వ్యూకు, టెలివిజన్

ఇంటర్వ్యూకు ముఖ్యమైన తేడా ఏమిటంటే టెలివిజన్ ఇంటర్వ్యూలో అయితే అతడు ప్రశ్నిస్తున్నప్పుడే హావభావాలద్వారా మీ భావాలను వ్యక్తం చేయొచ్చు. అంటే తల నిలువుగా ఊపడంద్వారాగానీ అడ్డంగా ఊపడం ద్వారాగానీ కొన్నిటికి మీ స్పందనలను వెల్లడించొచ్చు. కానీ రేడియో ఇంటర్వ్యూలో ఇది కుదరదు. అవుననో, కాదనో ప్రతిదానికీ మాటల్లో చెప్పితీరాల్సిందే. రేడియోలో మాట ముఖ్యం. టీవీలో బొమ్మ ముఖ్యం.

టెలివిజన్ ఇంటర్వ్యూ

ప్రైవేట్ ఛానెల్స్ సంఖ్య పెరగడంతో టీవీ ఇంటర్వ్యూల ప్రాధాన్యం బాగా పెరిగింది. మన రాష్ట్రంలో ముఖ్యంగా ఈటీవీ, జెమినీ టీవీ, సిటీ కేబుల్ వగైరా ఛానెళ్ళవారు వివిధ రంగాలకు చెందిన వ్యక్తుల్ని తరచుగా ఇంటర్వ్యూ చేస్తున్నారు. సమాచారం అందజేసే సౌకర్యాలు విస్తరించేకొద్దీ ఇంతకుముందు సమాచారం కానిది కూడా ఇప్పుడు సమాచారం అవుతోంది. వార్తా స్వభావానికున్న ఎల్లలు చెరగిపోతున్నాయి. ఇవి ఎంతగా చెరిగిపోతున్నా యంటే వార్తా లక్షణాలను మనం 21వ శతాబ్దం ప్రారంభంలో మరోసారి సమీక్షించుకొని కొత్త లక్షణాలను రాసుకోవాల్సి వస్తుంది. కమ్యూనికేషన్ రంగంలోని ప్రవీణులు అంటున్న మాట ఇది. టెలివిజన్‌లో ప్రచారం గురించి ప్లాన్ చేసుకోవడానికి ముందు ఈకింది అంశాలను గుర్తుంచుకోవటం అవసరం.

ఎ. ప్రైవేట్ ఛానెల్స్ నిర్వాహకులు ప్రేక్షకుల సంఖ్య పెంచుకోడానికి వినోద కార్యక్రమాలకే ఎక్కువ సమయం కేటాయిస్తారు. ముఖ్యమైన అంశం అనుకుంటే తప్ప ఇంటర్వ్యూ చేయాలనుకోరు. ముఖ్యంగా సామాజిక సమస్యో, సాంస్కృతిక సమస్యో అయితేనే వారు ఇంటర్వ్యూకు సిద్ధపడతారు. మరో విషయం ఏమిటంటే ఇంటర్వ్యూలో దృశ్యాలకు అవకాశం ఉండేలా చూడండి. వినటంకంటే చూస్తేనే మనకు నమ్మకం కుదురుతుంది. చెప్పేది తక్కువ, చూపించేది ఎక్కువ వుండటం మంచిది.

బి. వార్తాపత్రికలు, రేడియో కంటే టీవీ చాలా ఖర్చుతో కూడుకున్న వ్యవహారం. సమాజాన్ని వేధించే సమస్యే అయినప్పటికీ ఒక్కోసారి వారు అనుకున్నదాన్ని కవర్ చేయలేకపోవచ్చు.

సి. టెలివిజన్ ఇంటర్వ్యూ ఖర్చుతో కూడుకున్న వ్యవహారం కాబట్టి మీరో పని చేయాలి. టెలివిజన్ చేయాల్సిన పనిలో పాతికో, సగమో వీలునుబట్టి మీరే పూర్తి చేసి వారికి సహకరించండి. దృశ్యానికి ఎక్కువ వీలులేని చోట వివరణకు ప్రాముఖ్యం ఇస్తూ ముందే ఒక నోట్ సిద్ధంచేసి ఉంచండి. సాధ్యమైనంత తక్కువ సమయంలో, తక్కువ ఖర్చుతో ఎక్కువ సమాచారం అందించడానికి మీవంతు సాయం ఇవ్వండి. మీలాటి పబ్లిసిస్టుకు మూడు రకాల టెలివిజన్ ఇంటర్వ్యూలు ఉపయోగపడతాయి. అవి-

1. **లొకేషన్ ఇంటర్వ్యూ:** ఇది సర్వసాధారణ ఇంటర్వ్యూ. ముఖ్యంగా సామాజిక సమస్యలను ఆవిష్కరించడానికి ఈ తరహా ఇంటర్వ్యూ చక్కగా ఉపయోగపడుతుంది. ఒక్కోసారి లొకేషన్‌లోనే ఇంటర్వ్యూ చేయాల్సి వస్తుంది. ఇంతకుముందు చెప్పిన ఉదాహరణనే మళ్ళీ ప్రస్తావిద్దాం. మీ పేటలో రోడ్ల విస్తరణకోసం మార్జిన్‌లో ఉన్న ఇళ్ళు, కొట్లు కూలగొట్టారనుకుందాం. అప్పుడు తప్పనిసరిగా మీ పేటకు వచ్చి ఇళ్ళు కూలగొట్టిన చిత్రాలను

చూపాల్సిందే. ఆ దృశ్యాలు చూపుతూనే ఇంటర్వ్యూ కొనసాగించాల్సి ఉంటుంది. అలాగే మీ పేటవాళ్ళంతా కలిసి చందాలు పోగుచేసుకుని స్కూలు బిల్డింగు కట్టారనుకోండి. మరీ ఇంటర్వ్యూలో ఆ బిల్డింగ్‌నూ, దాని పరిసర ప్రాంతాలనూ చూపక తప్పదు. అందుకోసం టీవీ సిబ్బంది ఆ లొకేషన్‌కు రాక తప్పదు.

2. స్టూడియో ఇంటర్వ్యూ: టీవీలో పనిచేసే ప్రొడ్యూసర్లు సాధారణంగా స్టూడియోలో జరిపే ఇంటర్వ్యూలనే ఇష్టపడతారు. లొకేషన్ ఇంటర్వ్యూ హోటల్ తిండి అయితే స్టూడియో ఇంటర్వ్యూ ఇంటి తిండి లాంటిది. స్టూడియోలో పరికరాలన్నీ సిద్ధంగా ఉంటాయి కనుక ఇది నిర్వహించడం తేలిక. ఏ ఇంటర్వ్యూలో అయినా టీవీ అధికారులను ఇబ్బంది పెట్టే విధంగా వ్యవహరించడం తగదు. మనకు భావప్రకటనా స్వేచ్ఛ ఉండటం వేరు, టీవీ అధికారుల్ని ఇబ్బందులపాలు చేయడం వేరు. ఒక ఉదాహరణ- 1980లలో పశ్చిమబెంగాల్‌లో ఓ సంఘటన జరిగింది. కలకత్తా దూరదర్శన్ అధికారులు రాష్ట్ర కార్మిక శాఖ మంత్రిని పిలిచి మేడే సందర్భంగా ఇంటర్వ్యూ అడిగారు. ఆ కమ్యూనిస్టు కార్మిక మంత్రి ఇంటర్వ్యూకు ఒప్పుకోకుండా మే దినం సందర్భంగా కార్మికులకు రాష్ట్రప్రభుత్వం తరఫున సందేశం ఇస్తానన్నాడు. టీవీ అధికారులు ఓకే అన్నారు. ఆయన సందేశాన్ని టేప్‌చేశాక ఒక చోట చిన్న అభ్యంతరం లేవదీశారు. కార్మికమంత్రి కస్సుమంటూ సెన్సార్ లేకుండా యథాతథంగా ప్రసారం చేయాల్సిందేనని పట్టుపట్టాడు. తగాదా ఎందుకులెమ్మని వారలాగే ఆయన ప్రసంగాన్ని చెప్పింది చెప్పినట్టు ప్రసారం చేశారు. నాలుగో రోజునే స్థానిక టీవీస్టేషన్ డైరెక్టర్‌ను చెప్పాపెట్టకుండా బదిలీ చేశారు. ఆయనకు బదిలీ తెచ్చిపెట్టిన విషయం ఏమిటంటే, ఆ కార్మిక మంత్రి కేంద్రప్రభుత్వ విధానాన్ని ఘాటుగా విమర్శించాడు. అది టీవీ ప్రసార నియమాలకు వ్యతిరేకం. ఇకనేం వెంటనే డైరెక్టర్‌కు బదిలీ ఉత్తర్వులొచ్చాయి. అంతేకాదు టీవీ అధికార్లు సదరు మంత్రి పేరు బ్లాక్‌లిస్ట్‌లోకి ఎక్కించేశారట. రేడియో, టీవీ వాళ్ళు పాటించాల్సిన నియమనిబంధనలు కొన్ని ఉంటాయి. ఆ విషయంలో వారితో మనం సహకరించాలే తప్ప వారికి ఇబ్బందులు తెచ్చిపెట్టకూడదు.

3. డౌన్ ది లైన్ ఇంటర్వ్యూ: రేడియో స్టేషన్ల మాదిరే టీవీ స్టేషన్లు కూడా డౌన్ ది లైన్ ఇంటర్వ్యూలు చేస్తాయి. ఈ తరహా ఇంటర్వ్యూలు సాధారణంగా ఎన్నికల ఫలితాల విశ్లేషణ సందర్భంగానూ, తుపాను, వరదలు సంభవించినప్పుడు నిర్వహిస్తుంటారు. ఇంటర్వ్యూ చేసే వ్యక్తి టీవీస్టేషన్‌లో ఉంటాడు. సమాధానాలిచ్చే వ్యక్తి ఎక్కడో అమలాపురంలోనో, ఆదిలాబాద్‌లోనో ఉంటాడు. అయితే అమలాపురంలోనూ, ఆదిలాబాద్‌లోనూ తగు సాంకేతిక సౌకర్యాలుంటే తప్ప ఈరకం ఇంటర్వ్యూ నిర్వహించడం సాధ్యంకాదు. ఆమధ్య రాష్ట్ర ముఖ్యమంత్రి చంద్రబాబునాయుడు ప్రతి సోమవారం రాష్ట్రంలోని పౌరులతో ఇంటర్వ్యూ చేసేవారు. పౌరులు నిర్ణీత అంశంపై ప్రశ్నలడిగేవారు. లేదా సందేహాలు వ్యక్తం చేసేవారు. ఈయన ప్రశ్నలకైతే సమాధానాలిచ్చేవారు, సందేహాలకయితే నివృత్తి చేయడానికి ప్రయత్నించేవారు. ఇది డౌన్ ది లైన్ ఇంటర్వ్యూయే. అయితే దూరదర్శన్‌లో ముఖ్యమంత్రి మాత్రమే కనిపించేవారు. ప్రశ్నలడిగేవారి మాటలు వినిపించేవి. ఈ ఇంటర్వ్యూ ఒకే సమయంలో అటు రేడియోలోనూ ఇటు దూరదర్శన్‌లోనూ ప్రసారం కావటం మీరు

ూసేవుంటారు.

ేసుకోవాల్సిన జాగ్రత్తలు:

1. డ్రెస్సు: టెలివిజన్ ఇంటర్వ్యూలో మీరు ధరించే డ్రెస్సుకు కూడా తగిన ప్రాముఖ్యం ఉంటుంది. ఖరీదయిన బట్టలు ధరించాలని కాదుకానీ ఏ దుస్తులయినా నీటుగా ఉండాలి. ందర్భానికి తగినట్టు ఉండాలి. డ్రెస్సు మరీ గాడీగా ఉంటే మీ మాటలకంటే మీ డ్రెస్సే పేక్షకుల్ని ఆకర్షిస్తుంది. అలా జరక్కుండా చూసుకోండి. టీవీ స్టూడియోలో లైట్ల కారణంగా ేడి ఎక్కువగా ఉంటుంది. కనుక కోట్లు వంటివి వేసుకువెళ్తే ఉక్క బాధతో ఇబ్బంది పడాల్సి ్స్తుంది.

2. మేకప్: మీక్కాస్త మేకప్ అవసరమని టీవీ సిబ్బంది అంటే ఓకే అనండి. ఉదాహరణకు ు జుట్టు రేగిపోయి ఉండొచ్చు. నెక్ టై చక్కగా ధరించడం, తల చెదిరితే దువ్వుకోవటం-వి మీ ఇమేజ్‌ని పెంచడానికి తోడ్పడేవే కాబట్టి వాటికి అంగీకరించండి. ఈ సూచన స్త్రీలకూ, ురుషులకూ ఇద్దరికీ సమానంగా వర్తిస్తుంది. కాంతి పెరిగేకొద్దీ నల్లగా మారిపోయే ళ్ళద్దాల్లాంటివి ధరించకండి. అవి పెట్టుకుంటే మాఫియాగ్యాంగ్ తాలూకు మనిషికాదుకదా నుకుంటారు ప్రేక్షకులు.

3. ముఖ్యమైన పాయింట్లు నోట్ చేసుకున్న కాగితం పట్టుకెళ్ళొచ్చు. తప్పేం ేదు. వాళ్ళేదో ప్రశ్నిస్తే, జవాబు చెప్పలేకపోవడం కంటే రిఫర్ చేసి చెప్పటం మేలు కదా. లాగని ప్రతి సమాధానం కాగితం చూసి చెప్తే బావుండదు. ఇంటర్వ్యూ ప్రారంభానికి ుందు ప్రొడ్యూసర్‌తో నాలుగు ముక్కలేవో మాట్లాడే ఉంటారు. ఇంటర్వ్యూ ముగిశాక ూడా ప్రొడ్యూసర్‌తో మాట్లాడి సెన్సార్ చేయతగింది (మీ దృష్టిలో) ఏదయినా ఉంటే సెన్సార్ ేయండని కోరవచ్చు. అందులో తప్పేంలేదు. ఓ సుప్రసిద్ధ రచయితతో టీవీ ఇంటర్వ్యూ ిలా సాగింది.

ప్రశ్న: మీరు ప్రతి రచనా సాంఘిక ప్రయోజనం ఆశించే రాశారా?

జవాబు: ఆ విషయం ఘంటాపథంగా చెప్పలేను. ఎంచేతనంటే, నాకు తెలిసిన మానవ ప్రకృతిని నా రచనల్లో అక్షరబద్ధం చేయడానికి ప్రయత్నించాను. అలాటి రచనలు సామాజిక ప్రయోజనం సాధించడానికి తోడ్పడి ఉండొచ్చు. ఏమైనా నా లక్ష్యం మానవ ప్రకృతిని నాకు తెలిసిన రీతిలో చిత్రించటం మాత్రమే.

ఈ ఇంటర్వ్యూ ముగిశాక ఆ రచయిత ఈ భాగాన్ని మాత్రం తొలగించమన్నాట్ట. ఎందుకు ార్ అంటే- మరి నేనింతకుముందు ఒక పత్రికకు ఇంటర్వ్యూ ఇస్తూ నా రచనలన్నీ సామాజిక ప్రయోజనం కోసమే రాశానని చెప్పాను, దీనికీ దానికీ వైరుధ్యం ఉంది కదా. అందుకని యచేసి ఆ ముక్కలు తొలగించమన్నాట్ట. రాసేప్పుడు కానీ, మాట్లాడేప్పుడుకానీ తప్పు ారొచ్చు. సవరించుకోవటం తప్పేమీకాదు.

4. ఏకాగ్రత: ఇంటర్వ్యూ సాగుతున్నప్పుడు ఇంటర్వ్యూ మీదే శ్రద్ధ పెట్టండి. అటూ టూ చూడొద్దు. స్టూడియోలో ఫోటోలుండొచ్చు. అలంకారాలుండొచ్చు. వాటివైపు చూస్తే ు ఏకాగ్రతకు భంగం కలగొచ్చు.

బాగా ఆరితేరినవారైతే ముందు కాసేపు టీవీ ఛానెల్స్ వారితో మాట్లాడేసి వారిని పంపించేశాక పత్రికలవారితో వివరంగా మాట్లాడుతున్నారు. మీరూ ఇలా చేయడంవల్ల ఉక్కపోతల సమస్య కూడా తప్పుతుంది. కొన్నిసార్లు పత్రికలవారికోసం మీరు గంట సేపు చెప్పిన విషయాలను నోట్ చేసుకున్న టీవీఛానెల్ విలేకరి తనకు కావల్సిన ముఖ్య పాయింట్లను గుర్తిస్తాడు. మీరు చెప్పిన ఈ నాలుగు పాయింట్లను మళ్ళీ మాకోసం చెప్పండని అభ్యర్థిస్తారు. వారికి కావలసిన ఆ నాలుగు పాయింట్లను రిపీట్ చేయడంద్వారా ఛానెల్స్‌వారికీ, మీకూ ప్రయోజనకారి అవుతుంది.

సరికొత్త ముఖాలకు స్వాగతం

టీవీఛానెళ్ళు రాజ్యమేలుతున్న ఈ కాలంలో రాజకీయ పార్టీలు కూడా తమ ప్రచార వ్యూహాలను మార్చుకోక తప్పటంలేదు. నిన్నటిదాకా పార్టీ సీనియర్ నాయకులు విలేకరుల సమావేశాలు ఏర్పాటుచేసి పార్టీ విధానాలను వివరించేవారు. ప్రత్యర్థులపై విమర్శలు గుప్పించేవారు. ఆరోపణలు చేసేవారు.

ఇప్పుడు బుల్లితెరపై వృద్ధతరం నాయకుల ముఖాలు కన్పించడంలేదు. ప్రతి రాజకీయ పార్టీ అందంగా కన్పిస్తూ, ధాటిగా మాట్లాడగలిగేవారిని ఆచితూచి ఎంపికచేసి రంగంమీదకు తీసుకువచ్చింది. వీరు తమ పార్టీల విధానాలను, తాజా నిర్ణయాలను విలేకరులకు సవివరంగా తేటతెల్లం చేస్తున్నారు. ధారాళంగా, స్పష్టంగా మాట్లాడగలగడం, ఎంతటి చిక్కు ప్రశ్ననైనా సమయస్ఫూర్తితో ఎదుర్కోగలగడం, అందంగా కన్పించడం అధికార ప్రతినిధుల అర్హతలుగా మారాయి. 1999 లోక్‌సభ ఎన్నికల సందర్భంగా కాంగ్రెస్ పార్టీ తమ అధికార ప్రతినిధిగా ధాటిగా మాట్లాడగల కపిల్‌సిబాల్‌ను రంగంలోకి దింపింది. పార్టీలో ప్రాబల్యం వంటి అంశాలతో నిమిత్తం లేకుండా బుల్లితెరను బాగా రక్తి కట్టించేవారు అందలం ఎక్కుతున్నారు. నిరక్షరాస్యులు ఎక్కువగా ఉన్న భారత్ వంటి దేశాల్లో దృశ్యమాధ్యమ ప్రభావం గణనీయంగా ఉంటుంది. టీవీ ప్రభావాన్ని గుర్తించిన పార్టీలు మారిన అవసరాలకు అనుగుణంగా నిర్ణయాలు తీసుకుంటున్నాయి.

కవి - పండితుడు

కవి పాండిత్యం వేరూ, పండితుని పాండిత్యం వేరూను. కవి శక్తి వేరూ, పండితుని శక్తి వేరున్నూ. కవి ధర్మం వేరూ, పండితుని ధర్మం వేరున్నూ. కనక, కవి అంతస్తు వేరూ, పండితుని అంతస్తు వేరున్నూ. అంచేత, ఎవరి పరిధిలో వారుంటేనే సొగసు. తప్పితే రసాభాసే.

రచన చేస్తేనే గొప్ప అని పండితుడనుకోడమూ, వ్యాఖ్యానం చేస్తేనే ఘనత అని కవి అనుకోడమూ పతన హేతువులు.

- శ్రీ శ్రీపాద సుబ్రహ్మణ్య శాస్త్రి

మాటలకందని మౌనరాగాలు

వందమాటల్లో చెప్పలేని విషయాన్ని ఒక్క ఫొటోలో చూపించొచ్చు. ఫొటోల ప్రాధాన్యంగురించి ప్రత్యేకంగా చెప్పాల్సిన పనిలేదు. మనుషులు కళ్ళతో చూసిందాన్ని గట్టిగా నమ్ముతారు. ఒక బహిరంగ సభకు లక్షమంది జనం వచ్చారంటూ ఎంత ఘనంగా రాసినా పాఠకుడికి నమ్మకం కుదరదు. ఎంతమంది జనం వచ్చారో ఫొటో చూపిస్తే నిస్సందేహంగా నమ్ముతారు. ముఖ్యంగా టీవీ ఛానెల్స్, దినపత్రికల్లో కలర్ ఫొటో ముద్రణ సౌకర్యం వచ్చాక ఫొటోల ప్రాధాన్యం మరీ పెరిగింది. అందుకే ఫొటోల విషయంలో ప్రత్యేక జాగ్రత్తలు తీసుకోవాల్సి ఉంటుంది. ప్రత్యేకించి ఉత్తరాదినుంచి వచ్చే పయనీర్, హిందూస్తాన్ టైమ్స్, టైమ్స్ ఆఫ్ ఇండియా లాటి జాతీయ దినపత్రికల్లో ఫొటోలు ఒక్కోసారి సగం పేజీకంటే ఎక్కువే ఆక్రమించటం మనం చూస్తున్నాం. సర్వేంద్రియానాం నయనం ప్రధానం అన్నట్లు అన్ని ఘటనలకంటె దృశ్యాత్మక ఘటనల ఆకర్షణ ఎక్కువ. వార్తలతో పాటు ఫొటోలు కూడా వార్తాపత్రికలకు పంపాల్సిందే కానీ ఈ విషయంలో కొన్ని సూచనలు పాటించడం అవసరం.

సూచనలు

1. ధర్నాలు: ధర్నాలు, పికెటింగ్‌లు, నిరాహారదీక్షల ఫొటోలయితే పత్రికలవారు సాధారణంగా నిరాకరించరు. పార్టీ కార్యకర్తలు, విద్యార్థులు, టీచర్లు, ఇతరేతర ప్రభుత్వ ఉద్యోగులు, ప్రైవేట్ ఉద్యోగులు తమ కోర్కెల సాధనకోసం అసెంబ్లీముందో, సెక్రటేరియట్‌ముందో ధర్నాలు, బైఠాయింపులు నిర్వహిస్తుంటారు. ఈ ధర్నాలలో మూడు ప్రధాన వార్తా లక్షణాలున్నాయి కనుక పత్రికలవారు ప్రచురణకు నిరాకరించలేరు. 1. మానవాసక్తి 2. సమయానుకూలత (టాపికాలిటీ) 3. ఘర్షణ (కాన్‌ఫ్లిక్ట్) ఇలాటి సందర్భాల్లో ప్లేకార్డులపైన నినాదాలు రాయించి వుంటారు. ఫొటోగ్రాఫ్‌లో ఆ అక్షరాలు కూడా వచ్చేలా తీయాలి. ఎవరు ధర్నా చేస్తున్నారు? ఎందుకోసం చేస్తున్నారు? ఎక్కడ చేస్తున్నారు? వగైరా విషయాలన్నింటినీ ఫొటోయే తెలిపేట్టుగా ఉండాలి. ఫొటో కింద రెండు ముక్కలు రైటప్ రాస్తే అదే సమగ్ర ఫొటో వార్త అయిపోతుంది.

2. పిటిషన్లు: ఇటీవలి కాలంలో జిల్లా కలెక్టర్‌కో, ముఖ్యమంత్రికో, ఇతర మంత్రులకో అనేక రంగాలకు చెందినవారు పిటిషన్లను సమర్పించడం పరిపాటి అయిపోయింది. ఇలా విజ్ఞాపన పత్రాలు అందజేస్తున్నప్పుడు తీసిన ఫొటోలు కూడా సాధారణంగా ప్రచురణకు నోచుకుంటాయి.

3. పిల్లలు, స్త్రీలు: ఫొటోలలో పిల్లలు, స్త్రీలు ఉంటే అదనపు ఆకర్షణ వుంటుంది. వీరు మానవాసక్తిని మరింత పెంచుతారు. సామాజిక సమస్యల పరిష్కారంలో పిల్లలు, స్త్రీలు పాలు పంచుకుంటున్న వాస్తవాన్ని తెలిపే ఫొటోలు జనరల్‌గా విశేష ఆసక్తిని కలిగిస్తాయి. 1993, 1994లలో మన రాష్ట్రంలో అనేకచోట్ల మహిళలు సారా మహమ్మారికి వ్యతిరేకంగా ఉద్యమాలు నిర్వహించారు. ఆ సందర్భంగా తెలుగు దినపత్రికలన్నీ, ఉద్యమించిన మహిళల ఫొటోలను విస్తృతంగా ప్రచురించాయి.

ఆమధ్య బొంబాయిలో సెక్స్ వర్కర్స్ పెద్ద సంఖ్యలో ఉన్న ప్రాంతంలో కొంతమంది ంఘసేవకులు కండోమ్స్ విరివిగా పంచుతూ సెక్స్ వర్కర్స్‌కు ఎయిడ్స్ ప్రమాదం గురించి ివరించారు. ఇందుకు సంబంధించిన ఫోటోలను బొంబాయిలోని దినపత్రికలేకాక వార, ్క్ష పత్రికలు సైతం ప్రచురించాయి. ఈనాడు ఇండియాలో ఎయిడ్స్ ఓ సామాజిక సమస్యగా ిరిణమిస్తున్నది. ఎయిడ్స్‌కు వ్యతిరేకంగా ఎవరు ప్రచారం నిర్వహించినా ఆందోళన చేపట్టినా ిత్రికలు చాలా ప్రాధాన్యం ఇస్తాయి. పైగా మీకు సంఘసేవ చేశామన్న సంతృప్తీ ుగులుతుంది.

'కళ కళ కోసం కాదు' అన్నట్లు ఏ ప్రచారమూ ప్రచారంకోసమే నిర్వహించొద్దు. ఒక పయోజనం కోసం ప్రచార కార్యక్రమం ప్రారంభిస్తే ఉభయతారకంగా ఉంటుంది. ప్రచారానికి పచారమూ లభిస్తుంది. ఒక ప్రయోజనం సాధించినట్లూ ఉంటుంది.

స్థానిక విలేకరులు చిన్న సభలకు తాముగా ఫోటోలు తీయించడంపై పెద్దగా శ్రద్ధ మాపటంలేదు. దీనికి బోలెడు కారణాలున్నాయి. శ్రమ, ఖర్చు భరించి ఫోటో తీయించినా వానిని సకాలంలో ఎడిషన్ సెంటర్‌కు పంపే సౌకర్యాలు లేవు. కష్టపడి తీయించిన ఫోటో ఎడిషన్ గడువులోగా సెంటర్ చేరకపోతే శ్రమ, ఖర్చు అన్నీ వృధా అయిపోతాయి. ఒకవేళ సకాలంలో అందినా ఆవాళ ఆ ఫోటో ప్రచురితమవుతుందన్న నమ్మకమూ లేదు. అది ప్రచురణ కాకపోవడానికి కూడా సవాలక్ష సహేతుక కారణాలు ఉండొచ్చు. ప్రచురితంకాని ఫోటోలకు పత్రికలవారు విలేకరులకు పైసా కూడా పారితోషికం చెల్లించరు.

ఈ అంశాలన్నిటినీ దృష్టిలో పెట్టుకుని అందుబాటులో ఉన్న స్థానిక ఫోటోగ్రాఫర్‌ను నియమించుకుని సమావేశం పూర్తవగానే ప్రింట్లు వేయించి విలేకరులకు అందజేయడం మంచిది. రంగు ఫోటోలా? బ్లాక్ అండ్ వైట్ ఫోటోలా? అనేది అప్పటి పరిస్థితులను బట్టి నిర్ణయించుకోవాలి. జాతీయ, రాష్ట్రస్థాయి నాయకులతో ఏర్పాటైన పెద్ద బహిరంగ సభ అయితే రంగుల ఫోటోలు ప్రచురించే అవకాశం ఉంది. రంగుల ఫోటోలు ప్రింట్లు వేయించే సౌకర్యం మీ ఊళ్ళో లేకపోతే ఆ రీలును మొత్తంగా ఎడిషన్ సెంటర్‌కు పంపించడం మేలు. ఏమైనా కలర్ ఫోటో సకాలంలో అందించలేము అనుకున్నప్పుడు బ్లాక్ అండ్ వైట్‌లో తీయిస్తే సరిపోతుంది. ముఖ్యమైన విషయం ఏమిటంటే యాక్షన్ ఫోటో అయితే బావుంటుంది. ఫోటోలో కూడా న్యూస్ యాంగిల్‌కు ప్రాముఖ్యమివ్వాలి.

సభలో పాల్గొన్న ముఖ్య నాయకుడు మాట్లాడుతున్నప్పటి ఫోటో తీసి అవసరమనుకుంటే వేదికపై ఉన్న ఇతర నాయకులను, సభకు హాజరైన జనాలను తీసి జాయిన్‌చేసి పంపొచ్చు. కనీసం ప్రసంగిస్తున్న నాయకుడి ఫోటో అయినా ప్రచురిస్తారు.

ఈ ఫోటోల విషయంలో నిజాయితీగా వ్యవహరిస్తే క్రెడిబిలిటీ పెరుగుతుంది. ఒక ఉదాహరణ- 1989 ఎన్నికల నాటికి తెలుగుదేశం పార్టీ పలుకుబడి తగ్గిపోవడం ప్రారంభిం చింది. ఆ ఎన్నికల ప్రచార కార్యక్రమాన్ని ఎన్.టి.ఆర్ సూర్యాపేటలో ప్రారంభించారు. బహిరంగ సభకు హాజరైన జనాలను పూర్తిగా ఫోటో తీయకుండా సగం జనాలు ఫోటోలో పడేలా తీసి సూర్యాపేటలో గొప్ప బహిరంగ సభ అంటూ ఒక దినపత్రిక ఆ ఫోటో ప్రచురించింది.

అయితే అదేరోజు మరో ఇంగ్లీషు దినపత్రిక (హైదరాబాద్ ఎడిషన్) మొత్తం జనాలను, జనం వెనకున్న ఖాళీ ప్రదేశంతో సహా ఫోటో తీసి ప్రచురించింది. ఆ పత్రిక వార్తలో ఒక చోట ఎన్.టి.ఆర్ బహిరంగ సభకు దాదాపు మూడువేల మంది మాత్రమే వచ్చారని రాసి దానికి దాఖలాగా ఫోటో అచ్చేసింది. మొదటి పత్రిక అసలు వాస్తవాన్ని కప్పిపుచ్చడానికి ప్రయత్నిస్తే రెండో పత్రికేమో ఆ బహిరంగసభ బండారాన్ని బయటపెట్టింది.

ప్రతి ఫోటోవెనుక వివరాలు రాయాలి. దీన్నే రైటప్ అని కూడా అంటారు. ఉదాహరణకు 'విజయవాడలో గురువారం జరిగిన ఎన్నికల ప్రచార సభలో ప్రసంగిస్తున్న బిజెపి అగ్రనేత అటల్‌బిహారి వాజ్‌పేయి. వేదికపై వరసగా ఎడమనుంచి కుడికి పార్టీ జాతీయ ప్రధాన కార్యదర్శి వెంకయ్యనాయుడు, రాష్ట్ర శాఖ ప్రధాన కార్యదర్శి వేణుగోపాల్‌రెడ్డి ఉన్నారు' అని రాయాలి. వేదిక వెనక బ్యానర్ కడితే అది కూడా ఫోటోలో పడేలా కట్టాలి.

ఫోటోగ్రాఫర్లకు ప్రత్యేక ఏర్పాట్లు అవసరం

భారీ ఎత్తున ఓ కార్యక్రమాన్ని నిర్వహిస్తున్నారనుకోండి. ఆ సభకు రాష్ట్రస్థాయిలో ప్రముఖులను ఆహ్వానించారు. సభ కార్యక్రమాలను వీక్షించడానికి పెద్ద సంఖ్యలో జనం తరలివచ్చారు. కార్యక్రమ ప్రారంభ సూచనగా సభలో పాల్గొంటున్న ప్రముఖుడు దీపారాధన చేస్తారు. ఆ దృశ్యాన్ని బంధించడానికి ఫోటోగ్రాఫర్లు, టీవీ ఛానెల్స్ కెమెరామెన్ వేదిక ముందు మూగుతారు. సభికులకు, వేదికకు మధ్య గోడ కట్టేసినట్లవుతుంది. కార్యక్రమాన్ని ప్రత్యక్షంగా వీక్షించడానికి వచ్చినవారు ఫోటోగ్రాఫర్లను పక్కకు తప్పుకోవలసిందిగా సూచిస్తారు. ఫోటోగ్రాఫర్లు, టీవీ కెమెరామెన్ ఆ దృశ్యాన్ని బంధిస్తేనే కదా మరుసటిరోజు కవరేజి వచ్చేది. ఇలాంటప్పుడు ఫోటోగ్రాఫర్లు, టీవీ కెమెరామెన్‌కు ప్రత్యేకంగా ఓ పక్కన వేదిక నిర్మిస్తే అందరికీ సౌలభ్యంగా ఉంటుంది. పెద్ద కార్యక్రమాలను నిర్వహించేప్పుడు ఈ విషయాన్ని కూడా దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి.

సందర్భానికి తగినట్లు: సందర్భానికి తగిన ఫోటోను తీయించి పంపినప్పుడే పత్రికలు ప్రచురిస్తాయి. ఉదాహరణకు పుస్తకావిష్కరణ సభకు సంబంధించి పుస్తకాన్ని ఆవిష్కరిస్తున్న దృశ్యాన్ని పత్రికలకు, టీవీ ఛానెల్స్‌కు పంపాలి. బహిరంగ సభకు సంబంధించిన ఫోటో అయితే ముఖ్యవక్త ప్రసంగిస్తున్న దృశ్యం, ఆ పక్కనే సభకు హాజరైన ప్రజానీకం ఫోటోను జతచేసి పంపాలి. రక్తదాన శిబిరం నిర్వహిస్తుంటే అందరూ వరసలో నిలుచుని తీయించుకున్న ఫోటో పంపితే లాభంలేదు. రక్తదానం చేస్తున్న దృశ్యాన్ని మాత్రమే ప్రచురించే వీలుంది. ఆ కార్యక్రమ సరళిని దృష్టిలో పెట్టుకుని తగిన ఫోటో ఎంచుకోవాలి.

పత్రికలకు ఫోటోలు తీయడంలో అనుభవం ఉన్న ఫోటోగ్రాఫర్‌ని నియమించుకోవాలి. వారికైతే న్యూస్ ఫోటో ఏదవుతుందో తెలుస్తుంది. ఫోటోల నాణ్యత కూడా ముఖ్యమే. ఫోటో డల్‌గా ఉంటే ప్రచురించే అవకాశం ఉండదు. సబ్జెక్ట్ (ఉదాహరణకు వేదిక)వెనక వెలుతురు ఉన్నట్లయితే ఆ ఫోటో సరిగా రాదు.

వేదిక వెనక భాగాన సంస్థ పేరు ప్రముఖంగా బ్యానర్‌లో రాయించి ఫోటోలో వచ్చేట్లు చూడాలి. ప్రచార కార్యక్రమంలో ఫోటోల ప్రత్యేకత ఫోటోలకు ఉంది. ఖర్చుకు చూసుకోకుండా పత్రికలకు కావలసిన ముఖ్య ఫోటోను కాపీలు తీయించి వెనక భాగాన రైటప్ రాసి సకాలంలో పంపాలి.

'ఉత్తర'కుమారులైతే ఉతికేయచ్చు



'లేఖని కళాఖండంగా తీర్చిదిద్దొచ్చు' అన్నాడొక బ్రిటిష్ మేధావి. ఇంగ్లీషులో లేఖా సాహిత్యానికి అద్వితీయ ప్రాధాన్యం ఉంది. తెలుగులో కూడా గురజాడ, వీరేశలింగం, గుడిపాటి వెంకటచలం, బాలగంగాధర్ తిలక్, రాచమల్లు రామచంద్రారెడ్డి ప్రభృతులు రాసిన లేఖలు సుప్రసిద్ధాలు. వీరు తమ మిత్రులకు, పరిచయస్తులకు యధాలాపంగా రాసిన లేఖలను ఇతరులు ప్రచురించారు.

సాహిత్యం మాట అటుంచినా, దిన, వార పత్రికల్లో కూడా లేఖలది తక్కువ ప్రాధాన్యమేమీ కాదు. ముఖ్యంగా మీ అభిప్రాయాలను లేఖల్లో నిర్మొహమాటంగా వ్యక్తంచేసుకోవచ్చు. అంతేకాదు, మీరు తలపెట్టిన ప్రచార కార్యక్రమానికి సైతం లేఖలు ఎంతో ఉపయోగపడతాయి. లేఖలద్వారా పత్రికల్లో ప్రచారం పొందటానికి ముందు ఈ మార్గదర్శక సూత్రాలను దృష్టిలో ఉంచుకోండి.

మార్గదర్శక సూత్రాలు

1. నిడివి: సాధారణంగా ఇంగ్లీషు దినపత్రికల్లో రెండు మూడు వందల పదాలున్న లేఖలు ప్రచురితమవుతున్నాయి. 'న్యూయార్క్ టైమ్స్', 'గార్డియన్', 'డైలీ టెలిగ్రాఫ్' లాటి పత్రికల్లో ఒక్కో లేఖ ఏడెనిమిది వందల పదాలదాకా ఉంటుంది. కొన్ని ఇంగ్లీషు పత్రికల్లో లేఖలు సంపాదకీయంకంటె ఆసక్తికరంగా చదివిస్తాయి. 'న్యూయార్క్ టైమ్స్'లో రెండు కాలాలు ఎడిటోరియల్స్ ఉంటే అయిదు కాలాలనిండా లేఖలే ఉంటాయి. ఆ లేఖలు ఎంత ఆసక్తికరంగా ఉంటాయో వాటిలో అంత వైవిధ్యం ఉంటుంది.

విచారకరమైన విషయం ఏమిటంటే ఒక్క 'వార్త'లో తప్ప ఏ తెలుగు దినపత్రికలోనూ ఏదో మొక్కుబడిగా తప్ప విశ్లేషణాత్మకమైన, వివరణాత్మకమైన లేఖలు ప్రచురితం కావడంలేదు. సామాజిక సమస్యలపై, సాంస్కృతిక అంశాలపై, రాజకీయ పరిణామాలపై దేనిపై అయినా లేఖలు రాయొచ్చు. యునైటెడ్ ఫ్రంట్ ప్రభుత్వం పెట్రోల్ ధరలు పెంచిన సందర్భంలో ఓ పాఠకుడు ఒక తెలుగు దినపత్రికకు రాసిన ఈ లేఖ చదవండి:

కమ్యూనిస్టులు వైఖరి మార్చుకుంటారా?

ఒకప్పుడు సామ్యవాద సిద్ధాంతాలను వల్లెవేసిన కమ్యూనిస్టులు అధికారం రుచి చూసిన తర్వాత తమ సిద్ధాంతాలకు తిలోదకాలిచ్చారేమో అనిపిస్తోంది. ఒకప్పుడు పప్పుమీదో, ఉప్పుమీదో 5 పైసలు ధర పెంచారని ఉలిక్కిపడి ఉద్యమాలు లేవదీసిన వీరు యునైటెడ్ ఫ్రంట్‌లో భాగస్వామ్యం లభించిన తర్వాత అంతకు ముందెన్నడూలేని విధంగా ఇంధనం, పెట్రోలు, గ్యాస్ వగైరాల ధరల్ని ప్రభుత్వం విపరీతంగా పెంచినా వీరు నోరు మెదపడం లేదు. ప్రభువెక్కిన పల్లకి కాదోయ్ దాన్ని మోసిన బోయీల సంగతేమిటని ప్రశ్నించే కమ్యూనిస్టులు, తామే స్వయంగా ప్రభువులయ్యేసరికి బోయీలను వాటంగా మరిచిపోయారు. ఇది ఆందోళనకర పరిణామం. కమ్యూనిస్టులూ ఇకనైనా తమ వైఖరి మార్చుకుంటారా?

పి.ఎస్.సూర్యారావు, విజయనగరం

ఇది రాజకీయ లేఖ. సామాజిక సమస్యలపై కూడా దినపత్రికలకు లేఖలు రాయొచ్చు. గుట్కా సమస్యపై ఈ కింది లేఖ చదవండి:

గుట్కా మత్తులో యువత

దేశ భవిష్యత్తుకు ఆశాజ్యోతిగా వెలుగొందాల్సిన యువత గుట్కా మత్తులో పడిపోవటం విచారకరం. యువకుల్లో అనేకమంది గుట్కా నమలడం ఒక ఫ్యాషన్‌గా భావిస్తున్నారు. వాటివల్ల క్యాన్సర్ వంటి ప్రాణాంతక వ్యాధులు సంక్రమిస్తాయన్న సత్యాన్ని గుర్తించాలి. ప్రభుత్వం సింగిల్ నంబర్ లాటరీలను నిషేధించినట్లే గుట్కాను నిషేధించడానికి అవసరమైన చర్యలు తీసుకోవాలి. గుట్కా వ్యసనానికి యువతను దూరంచేసి జాతి భవిష్యత్తును కాపాడాలి.

పాలకొండ కృష్ణ, మర్లు (మహబూబ్‌నగర్ జిల్లా)

ఈయన ప్రస్తావించిన అంశం ముఖ్యమైందేకానీ ఇంకాస్త వివరంగా ఉండాల్సింది. గుట్కావల్ల కలిగే అనర్థాలను ఇంకా స్పష్టంగా, ఎఫెక్టివ్‌గా రాసుండాల్సింది. ఒకవేళ ఈయన రాసినా డెస్క్‌లోని సబ్ ఎడిటర్లు సెన్సార్ చేసుండొచ్చు. కొన్ని పత్రికలు పొడుగాటి లేఖలు ప్రచురిస్తున్నాయి. కొన్ని చాలా క్లుప్తంగా ఉన్న లేఖలనే ప్రచురిస్తున్నాయి. మీరు ఏ పత్రికకు రాయదల్చుకుంటే ఆ పత్రికల్లో ఈ లేఖల స్వరూపాన్ని గమనించండి. ఆమేరకే రాసి పంపండి. అయితే వార్తలకు వర్తించే సూత్రాలే లేఖలకూ వర్తిస్తాయి. లేఖలను రాసేప్పుడు ఈ కింది నాలుగు అంశాలను దృష్టిలో పెట్టుకోండి. 1. మానవాసక్తి 2. టాపికాలిటీ 3. సంఘర్షణ లేక వివాదం 4. స్థానిక సమస్యలు.

ఇందులో మొదటి మూడు అంశాల గురించి ఇంతకుముందే చర్చించాం. స్థానిక

మస్యలు అంటే మీ ఊళ్ళో సమస్యలే కానక్కర్లేదు. రాష్ట్రంలో ఏదైనా ఒక ప్రాంతం, లేక ,క వర్గం ఎదుర్కొంటున్న సమస్యలపై మీ అభిప్రాయాలను వ్యక్తంచేస్తూ చక్కటి లేఖలు ాయొచ్చు. ఇక్కడ కొంత వివరణ అవసరం. పూర్వం గుడివాడ ప్రజలో ప్రొద్దుటూరు ప్రజలో ;గిత్యాల ప్రజలో స్థానికంగా ఎదుర్కొనే సమస్యలను వివరించే లేఖలు దినపత్రికల్లో ౨చ్చుయ్యేవి. ఇటీవల ఆ తరహా లేఖలు తెలుగు దినపత్రికల్లో అచ్చుకావటంలేదు. స్థానిక ౨ంటే కనీసం జిల్లా సమస్య అయినా అవ్వాలి.

!. లేఖ ఎలా ఉండాలి?

పత్రికలకు రాసే లేఖ స్వరూపం ఎలా ఉండాలంటే- కుడివైపు పైభాగాన మీ చిరునామా ౩వ్వాలి. ఉంటే టెలిఫోన్ నెంబర్ కూడా ఇవ్వాలి. అడ్రస్ రాశాక రెండు పంక్తుల స్థలం ౨దలి లేఖ ప్రారంభించాలి. కొన్ని పత్రికల్లో లేఖలు 'ఆర్యా'తో మరికొన్ని 'మహాశయా'తో ప్రారంభమవుతాయి. 'ఈనాడు' దినపత్రికలో ఈ ఫార్మాలిటీకి ప్రాముఖ్యం లేదు. ఆర్యా, అయ్యా, మహాశయా ఏవీ ఉండవు. ఏకంగా ఉత్తరం ప్రారంభమవుతుంది. ఒక్కో దినపత్రిక లేఖలకు ప్రత్యేక శీర్షిక కేటాయిస్తోంది. కొన్ని పత్రికల్లో 'మీ మాట' అని ఉంటే మరికొన్ని పత్రికల్లో 'జనవాక్యం' అనో, 'ప్రజావాక్యం' అనో 'జనవాణి' అనో శీర్షిక ఉంటుంది. ఏ పత్రికలో ఏ శీర్షిక ఉందో గమనించి కవరుపైన్నే ఆ శీర్షికలో ప్రచురణకోసం అని రాయాలి. అంటే 'జనవాక్యంలో ప్రచురణకోసం' 'జనవాణిలో ప్రచురణార్థం', 'ఈనాడు లేఖలు'లో ప్రచురణకోసం, 'ప్రజావాక్కు'లో ప్రచురణార్థం అని స్పష్టంగా రాయాలి. మళ్ళీ లేఖరాసిన లెటర్‌ప్యాడ్‌పైన కూడా ఇదేవిధంగా రాస్తే డెస్క్‌లో వాళ్ళు తేలిగ్గా సార్టవుట్ చేసుకుంటారు. ఆయా పత్రికలు పాటిస్తున్న నిబంధనలను దృష్టిలో పెట్టుకుని రాస్తే ప్రచురణావకాశాలు ఎక్కువ. సంక్షిప్తలేఖలు ప్రచురించే పత్రికకు బారెడు లేఖ రాస్తే దాన్ని ఎడిట్ చేసే ఓపిక లేక బుట్టదాఖలా చేయొచ్చు. డెస్క్‌లో సబ్ ఎడిటర్ పని మీరెంత తగ్గిస్తే మీ లేఖ ప్రచురణావకాశాలు అంత ఎక్కువగా ఉంటాయి. 'తాంబూలాలిచ్చేశాను తన్నుకు చావండి' అన్న ధోరణిలో రాయొద్దు. అది మీకే నష్టం.

3. శైలి: లేఖలు ఉత్తమ పురుషలో రాయాలి. చిన్న చిన్న వాక్యాల్లో విషయమేదో సూటిగా రాయాలి. రాజకీయ పరిణామాలను వివరించాలనుకుంటే ప్రాధాన్యతా క్రమంలో రాయాలి. లేఖనొకేసారి రాసి హడావుడిగా పంపొద్దు. అదే లేఖను రెండుమూడుసార్లు తిరగరాసి వ్యక్తీకరణను మెరుగుపరచండి. భావం ఎంత ప్రధానమో వ్యక్తీకరణా అంతే ముఖ్యం. అభిప్రాయం ప్రధానమనుకుని కంగాళీగా రాసిపంపితే బుట్టదాఖలా చేయొచ్చు. దినపత్రికల్లో వచ్చే లేఖలను శ్రద్ధగా చదివి మీ సొంత శైలిని రూపొందించుకోండి.

4. టైపు చేయించండి: అవకాశం ఉంటే మీ లేఖను టైపు చేయించండి. టైపు చేశాక అక్షర దోషాలేమైనా ఉంటే ఎర్ర రీఫిల్‌తో దిద్దండి. లేఖ చివరన సంతకం చేసి బ్రాకెట్‌లో పేరు స్పష్టంగా రాయండి.

5. సందేహాలకు తావివ్వొద్దు: మీరు రాజకీయ పరిణామాలపై లేఖ రాశారనుకోండి. చక్కటి విశ్లేషణ, గట్టి వాదన ఉండాలి. మీ లేఖలో రాజ్యాంగంలోని ఫలానా ఆర్టికల్ ఇలా

నిర్దేశిస్తున్నదంటూ రాశారనుకోండి. రాజ్యాంగంలోని ఆ కాస్త భాగాన్ని జిరాక్స్ తీసి లేఖతో జతపరచండి. మీ లేఖ చదివే సమయంలో ఎడిటర్‌గారు రాజ్యాంగం చదువుతున్నారనుకోండి. సబెడిటర్ ఆయన దగ్గరకెళ్ళి రాజ్యాంగం ఓసారి ఇలా ఇస్తారా అని అడగలేడుకదా. అలాగని ఆ ఆర్టికల్‌లో ఉన్నదే మీరు రాశారని నమ్మనూ లేడు. దినపత్రికలన్న తర్వాత రోజూ పనికిమాలిన లేఖలు కూడా వస్తుంటాయి. పొంతనలేని లేఖలు, తప్పుడు కొటేషన్లు ఉన్న లేఖలు ఎన్నో వస్తుంటాయి కనుక డెస్క్‌లోని సబెడిటర్లు చాలా జాగ్రత్తగా ఉంటారు. అతని సందేహ నివృత్తికి మీరే దాఖలా చూపించారనుకోండి. నమ్మి వెంటనే కంపోజ్‌కు పంపిస్తాడు.

ఈ కింది లేఖ చదవండి:

పిట్టను దొంగతనం చేసిన తరువాత జాషువా పట్టుబడ్డాడు అనే అంశాన్ని పరిచయం చేసి 'ఆ పిట్ట ఆనాడు నేర్పిన నీతి పాఠాన్ని జీవితాంతం మరిచిపోలేదు జాషువా' అన్న వాక్యం ఇవ్వబడింది. ఇక్కడ పిట్టను దొంగిలించాడు, పట్టుబడ్డాడు. ఆ పిట్టను దొంగిలించడంద్వారా నీతి పాఠాన్ని నేర్చుకున్నాడు. కాని పిట్ట ఆనాడు నీతి పాఠాన్ని నేర్పలేదు. అభ్యాస వేదికలో 2వ అంశంగా పదానికి అదే అర్థం ఇచ్చే రెండేసి పదాలు ఇవ్వబడింది. దీనిలో కూడా పాఠంలో లేని పదాలను అడిగారు. ఇదే అభ్యాస వేదికలో 6వ అంశం సంబంధిత పదాలతో జతపరచడం. దీనిలో 'గుండ్లకమ్మ' ఒక వాగు పేరు. ఇది పాఠంలో ఎక్కడా కనిపించదు. 'పద్మభూషణ, నవయుగ కవి చక్రవర్తి' ఈ రెండు పదాలను సంబంధిత పదాలతో జతపరచమంటూ 1. జాషువా 3 జాషువ బిరుదు అంటూ రెండు పదాలను ఇవ్వడం జరిగింది. ఇక్కడ 'జాషువా బిరుదు'ను పద్మభూషణతో, 'జాషువ- నవయుగ కవి చక్రవర్తితో జతపరచమనే రచయితల ఉద్దేశం అయి ఉండాలి'. 'జతపరచడం'లో కూడా విద్యార్థులకు అనుమానాన్ని కలిగించడం జరిగింది. వీటన్నిటికంటే అతి ముఖ్యమైన అంశం అభ్యాస వేదికలో 8వ అంశంగా ఇచ్చిన ప్రశ్నలు. ఇందులో సంఖ్య 3, 4, 6, 7 ప్రశ్నలకు సమాధానం పాఠంలో ఎక్కడా దొరకదు. జాతీయ స్థాయిలో కీర్తిని గడించిన కవి, జాతిరత్నం, జాషువ. ఈ కవిని పరిచయం చేసిన పద్ధతికాని, ఇవ్వబడిన అభ్యాసాలుకాని అంత సముచితంగా లేవు. 5వ తరగతి విద్యార్థి మానసిక స్థాయిని గందరగోళపరిచే ఈ పాఠ్య ప్రణాళికను మార్చడం ఎంతైనా అవసరం.

ఇది ఒక దినపత్రికలో వచ్చిన లేఖ. 5వ తరగతి తెలుగు వాచకంలోని ఒక పాఠంలోని దోషాలను ఎత్తిచూపుతూ ఒక పాఠకురాలు (టీచర్) రాసిన లేఖ ఇది. ఈమె లక్షలాదిమంది విద్యార్థులను దృష్టిలో పెట్టుకుని రాశారు ఈ లేఖ. మంచిదే. అయితే ఆమె ఆ పాఠంలో కనీసం డజన్ పొరపాట్లు పేర్కొన్నారు. ఆ పొరపాట్లు నిజంగా ఉన్నాయో లేదో పరిశీలించుకోవాల్సిన అవసరం ఉందని సబెడిటర్ భావిస్తే అందుకతన్ని తప్పుపట్టలేంకదా. ఆ పాఠంలో ఆ పొరపాట్లు ఉన్నాయో లేదో అనే అనుమానం సబెడిటర్‌కు రావచ్చునని ముందే ఊహించి ఆ పాఠం మొత్తం జిరాక్స్ తీయించి పంపించి ఉండాల్సింది. మీరు రాసింది ఆ పాఠంలో ఉందో లేదో అన్న అనుమానాన్ని నివృత్తి చేసుకోడానికి డెస్క్‌లో 5వ తరగతి వాచకం ఉండదు. కనుక మీ లేఖను సందేహ నివృత్తి చేసుకున్నాక చూద్దాం లెమ్మని పక్కన

ట్టొచ్చు. అలాకాకుండా మీరు జిరాక్స్ తీసి పంపారనుకోండి. నిస్సంకోచంగా ఆ లేఖ చురిస్తారు.

ఖలద్వారా ప్రచారం

మీరో కంపెనీకి పి.ఆర్.ఒ అనుకోండి. లేదా మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ అనుకోండి. మీ కంపెనీ టీవల ఒక కొత్త రకం సరుకును మార్కెట్‌కు పంపింది. ఆ సరుకు ఫోటోతో సహా మీరు న్ని వివరాలు కూడా పత్రికలకు అందజేశారు అనుకుందాం. ఒక దినపత్రిక మీ సరుకు ెటోను ముద్రించి ఈ కిందివిధంగా వివరణ ఇచ్చింది.

'టార్చ్‌లైట్ అవసరం గురించి చెప్పక్కర్లేదు. తరుచుగా కరెంట్ కోత విధిస్తున్న వేసవిలో ని ఉపయోగం ఇంతింత అని చెప్పలేము. మార్కెట్‌లో రకరకాల టార్చ్‌లైట్లున్నా ప్రస్తుతం ర్మీ ఎలెక్ట్రానిక్స్‌వారు ప్రప్రథమంగా భారతీయ మార్కెట్‌లోకి ప్రవేశపెట్టిన 'క్రాంతి టార్చ్‌లైట్' శిష్టమైనది. దీనిలోపలే బ్యాటరీ అమర్చారు. ఒకసారి రీఛార్జ్ చేస్తే 5 గంటల పాటు రంతరాయంగా వాడుకోవచ్చు. రీఛార్జ్ చేశాక ఏళ్ళ తరబడి నిల్వచేసుకున్నా ప్రమాదం ంडదు.'

ఈ వివరాలన్నీ అచ్చయ్యాయి. అయితే మరుసటి రోజు మీరు ఆ పత్రికకు ఈ ందివిధంగా ఒక లేఖ రాసి పంపండి. అది కూడా అచ్చవుతే మీ సరుకుకు అదనపు ప్రచారం ుభిస్తుంది.

'ఈనెల 5వ తేదీన మీ పత్రికలోని 'మార్కెట్' శీర్షికలో మా కంపెనీ కొత్తగా తయారుచేసిన ార్చ్ గురించి పరిచయం చేశారు. కృతజ్ఞతలు. అయితే అందులో మీరు రెండు ముఖ్యమైన ిషయాలను ప్రస్తావించడం మరిచారు. అవి 1. దానిని కొనుగోలు చేసినవారికి ఆ సరుకులో ోపం ఉన్నట్లయితే సంవత్సరంలోగా రీప్లేస్‌మెంట్ సౌకర్యం కల్పిస్తున్నాము. 2. లోవోల్టేజి ఉన్నప్పుడు కూడా దానిని కరెంటుతో ఛార్జి చేసుకోవచ్చు.

ఇలా రెండు ముక్కలు రాసి పడేశారనుకోండి. వాళ్ళు తప్పకుండా ప్రచురిస్తారు. వారు ప్రచురించిన సమాచారానికి అదనంగా మరికొంత ముఖ్యమైన సమాచారం మీరు ఇస్తున్నారు కనుక సాధారణంగా దానిని ప్రచురిస్తారు. ఇలా రాయడంవల్ల మీకు రెండు విధాలా ప్రచారం లభిస్తుంది. 1. అంతకుముందు రీచార్జ్ టార్చ్‌లైట్ గురించి వచ్చిన వార్తను చదవని వారు సైతం ఈ లేఖ చదివితే మరోసారి పాతకాపీలు తిరగేసి అది చదువుతారు. 2. మొదటి సమాచారం చదివిన పాఠకులు ఈ అదనపు సమాచారాన్ని మరింత ఆసక్తిగా చదువుతారు. ఇది చదవటంతో ఆ సరుకు మీద వారికి నమ్మకం ఏర్పడొచ్చు. ప్రచారానికి మూలసూత్రం నిరంతరాయత. ఒక సరుకు గురించి గాని, ఒక పార్టీ ఆశయాలగురించి గాని ఒకసారి చెప్పగానే ఎవరికీ నమ్మకం కుదరదు. పైగా దైనందిన జీవితంలో ఎన్నో టెన్షన్లు, ఆందోళనలు, సమస్యలు ఉంటాయి కనుక ఒకసారో రెండుసార్లో ఏది చెప్పినా మనిషి కెక్కదు. అలా ఎక్కే పక్షంలో ఈ నిర్మావాళ్ళు, కాల్గేట్ వాళ్ళు, హార్లిక్స్ వాళ్ళు, కైనెటిక్ హోండావాళ్ళు, సబ్బులవాళ్ళు రేడియోలో, టీవీలో రోజూ ఎందుకు ప్రచారం చేయడం? ఆ ప్రచారానికి కోట్లాది రూపాయలు ఖర్చు పెట్టడం దేనికి? పి అండ్ జి కంపెనీ, ఎం.ఆర్.ఎఫ్ కంపెనీ

తమ సరుకుల ప్రచారం కోసం యేటా కొన్ని వందల కోట్ల రూపాయలు వ్యయం చేస్తున్నాయి.

పొరపాట్లని దిద్దుకోవచ్చు

మీ రాజకీయ పార్టీగురించిగానీ, మీ కంపెనీ గురించిగాని, మీ సరుకు గురించిగాని, మీ స్వచ్ఛంద సంస్థ కార్యకలాపాలగురించిగాని వార్తాపత్రికల్లో పొరపాట్లు, తప్పులు వస్తే కూడా లేఖల ద్వారా వాటిని సరిదిద్దుకునే అవకాశం ఉంది. మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్‌లు, వృత్తి ప్రచారకులు ఈ అవకాశాన్ని జారవిడుచుకోరాదు.

1. సంపాదకీయాలు: సంపాదకీయంలో మీ పార్టీ గురించి రాసింది పొరపాటని మీరు భావించారనుకోండి మీరు వెంటనే ఆ పొరపాటుని లేదా సంపాదకుడు చేసిన విశ్లేషణను పేర్కొంటూ మీరు మీ అభిప్రాయాన్ని రాయొచ్చు. ఇంగ్లీషు పత్రికల్లో అయితే అలాటి లేఖను నిస్సందేహంగా ప్రచురిస్తారు. లేఖ రాసిన వ్యక్తి సుప్రసిద్ధుడయితే ఆయన లేఖ కింద ఎడిటర్ సమాధానం కూడా ప్రచురిస్తారు. ఎడిటర్లు సంపాదకీయాల్లో రాసిందంతా రైటే అన్న రూలేం లేదు. ఒకవేళ ఆయన రైటే రాసినా ఆయన అభిప్రాయంతో మీరు విభేదించకూడదని ఎక్కడా రాసిపెట్టి లేదు. అయితే ఒక విషయం గుర్తుంచుకోండి. సంపాదకీయాలపై లేఖలు రాసేప్పుడు సంపాదకీయ శైలిలోనే రాయాలి. విశ్లేషణాత్మకంగా రాయటమే కాక చక్కటి భాషలో ఉండాలి. సంపాదకీయమంత ఉదాత్తంగానూ ఉండాలి. మీ భావాలతో సంపాదకుడు విభేదించినా మీ భావ వ్యక్తీకరణ చూసి ఆయన ముగ్ధుడు కావాలి. ఇటీవల తెలుగుపత్రికల్లో కూడా సంపాదకీయాలపై వచ్చిన విమర్శనాత్మక లేఖలను ప్రచురిస్తున్నారు. అయితే ఇంగ్లీషు పత్రికల్లోలాగా అదొక కల్చర్ మాదిరి అభివృద్ధి చెందని మాట నిజం.

2. వార్తలు, వ్యాఖ్యలు, వ్యాసాలు: దినపత్రికల్లో ప్రచురితమయ్యే వార్తల్లో, వ్యాఖ్యల్లో, వ్యాసాల్లో ఏవైనా పొరపాట్లు వచ్చినా వాటిని ఎత్తి చూపుతూ లేఖలు రాయొచ్చు. చిన్న ఉదాహరణ- ఒకసారి ఓ తెలుగు దినపత్రిక ఎడిట్ వ్యాసంలో "1984లో ఆవిర్భవించిన భారతీయ జనతాపార్టీ" అని వచ్చింది. వెంటనే ఒక పాఠకుడు స్పందిస్తూ భారతీయ జనతాపార్టీ ఆవిర్భవించింది 1980లో అంటూ లేఖ రాశాడు. ఆ లేఖ క్లుప్తంగానే ఉన్నా అందులో మరికొన్ని వివరాలు కూడా ఉన్నాయి. జనసంఘ్ పార్టీ ఏ పరిస్థితుల్లో పుట్టింది, జనసంఘ్ స్వభావంపై అప్పటి జనతాపార్టీలో తలెత్తిన వివాదం, ఆ వివాదం 1980లో భారతీయ జనతాపార్టీ పుట్టుకకు దారితీసిన పరిస్థితులు వగైరా వివరాలను ఆ లేఖ తెలిపింది.

మీరు మీ పార్టీ మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్‌గాగాని పార్టీ క్రియాశీల సభ్యుడిగాగాని మీ పార్టీ విధానం గురించో, ఎత్తుగడల గురించో, వైఖరి గురించో ఒక వ్యాసం రాస్తారు. దీనిపై ఒక పాఠకుడు స్పందిస్తూ లేఖ రాస్తాడనుకోండి. మీరు వెంటనే ఆ లేఖను ప్రస్తావిస్తూ మరో రెండు ముక్కలు మీ పార్టీ గురించి వివరించొచ్చు. మనం దినపత్రికల్లోనూ, వారపత్రికల్లోనూ వస్తున్న లేఖలను కూడా శ్రద్ధగా చదువుతూండాలి. 'ఆ! లేఖల్దేముంది. పనిపాటా లేనివాళ్ళు రాసుకునేవి' అని అనుకోకూడదు. అందులోనూ మీలాటివారు అలా అస్సలనుకోరాదు.

ఇవి గుర్తుంచుకోండి: పత్రికలకు లేఖలు రాసేప్పుడు ఈ అంశాలు జ్ఞాపకం పెట్టుకోండి.

లేఖ సూటిగా ఉండాలి. అంటే ఏ అంశాన్ని నొక్కి చెప్పదల్చుకున్నారో దాన్నే నొక్కి

చెప్పాలి. దేనిగురించి వివరించాలనుకున్నారో దాన్ని మాత్రమే వివరించాలి. తాగుబోతులు, వృద్ధాప్య జాడ్యం సోకినవారు చెప్పిందే మళ్ళీ మళ్ళీ చెబుతుంటారు. అలా ఎప్పుడూ చేయొద్దు.

రాసిందేదో స్పష్టంగా ఉండాలి. స్పష్టత లోపిస్తే అంతా లోపించినట్లే. ముందు మీరేది చెప్పదల్చుకున్నారో ఆ విషయం గురించి స్పష్టమైన అభిప్రాయం ఏర్పరచుకోండి. ఆ స్పష్టమైన భావాన్ని అంతే స్పష్టంగా రాయండి. అయితే దుడుగ్గా మాత్రం రాయొద్దు. దూషణలు, తిట్లు ఎలాటి పరిస్థితుల్లోనూ ఉపయోగించవద్దు. చెప్పదల్చుకున్న భావాలను సౌమ్యంగా, సరసంగా చెప్పండి.

విషయం తీవ్రమైందీ, వివాదాస్పదమైందీ అయితే ఎడిటర్‌గారికి గాని, ఎడిట్‌పేజి (ఎడిటోరియల్ పేజీని పత్రికల భాషలో ఎడిట్ పేజీ అంటారు) ఇన్‌ఛార్జ్‌కిగాని టెలిఫోన్‌చేసి విషయం తెలపండి. ఇవాళే లేఖరాసి పంపిస్తున్నా దయచేసి ప్రచురించండి అని రిక్వెస్ట్ చేయండి. మీ లేఖ అచ్చయ్యాక మరోసారి ఫోన్‌చేసి థాంక్స్ చెప్పండి. ఆ విధంగా ఎడిటర్‌తోనూ, ఎడిట్ పేజి ఇన్‌ఛార్జ్‌తోనూ పరిచయం పెంచుకోండి. కొత్త పరిచయాలు చేసుకోండి. అయితే ఎడిటర్ బిజీగా ఉన్న సమయమేదో గుర్తించి ఆ సమయంలో ఆయన్ను డిస్టర్బ్ చేయకండి. ఎడిటర్లు సాధారణంగా మధ్యాహ్నం రెండు గంటల తర్వాత సంపాదకీయాలు ప్రారంభిస్తారు. వారు పొద్దుట పదకొండు, పన్నెండు గంటల ప్రాంతంలో బిజీగా ఉండరు. అది వారికి ఇంటరాక్షన్ సమయం. విజిటర్స్‌తోనూ, ఫోన్ చేసినవారితోనూ ఫ్రీగా మాట్లాడే సమయం అది. మీరు ఏ అంశంపై అయినా రీజనబుల్‌గా, నేర్పుగా మాట్లాడితే ఏ ఎడిటరూ విసుక్కోడు. రోజూ పదిమందితో మాట్లాడి వాళ్ళ అభిప్రాయాలను తెలుసుకోవటం వారికీ అవసరమే.

ప్రజాస్వామ్య సమాజంలో ప్రభుత్వ కార్యకలాపాలపై పార్లమెంటు చర్చలపై, చర్యలపై పత్రికలు వాచ్‌డాగ్ అయితే పత్రికలపై ప్రజలే వాచ్‌డాగ్. ఈ విషయం మరిచిపోవద్దు. ఈ సందర్భంగా మీకో విషయం జ్ఞాపకం చేయాలి. 1998 ఫిబ్రవరిలో లోక్‌సభకు జరిగిన ఎన్నికల్లో కొన్ని పత్రికలు, ప్రైవేట్ సంస్థలు ప్రీపోల్ సర్వేలు నిర్వహించాయి. తమిళనాడులో ఎ.ఐ.ఎ.డి.ఎం.కె - బిజెపి కూటమికి నాలుగైదు సీట్లకంటే ఎక్కువ రావని కనీసం రెండు మూడు సర్వేలు వెల్లడించాయి. అయితే ఆ కూటమికి పాతిక సీట్లు వచ్చాయి. ఫలితాలు వెలువడ్డాక ఆ సర్వేల్లోని లోపాన్ని విమర్శిస్తూ కుప్పతెప్పలుగా పత్రికల్లో లేఖలు వెలువడాల్సింది. ఆ సమస్యపై ఎక్కువ లేఖలు రాలేదు. సర్వేల్లోని దోషాలను, పొరపాట్లను, పాక్షికతను విమర్శిస్తూ వరసగా వ్యాసాలు, లేఖలు వస్తే సర్వేలవాళ్ళు ప్రజలను వాచ్‌డాగ్‌గా పరిగణించి ఒళ్ళు దగ్గరపెట్టుకుని వ్యవహరిస్తారు.

పనికొచ్చే వార్తల్ని పదిలంగా దాచండి

ఓ నది నీరు ప్రవహిస్తూ ముందుకు సాగి సముద్రంలో కలుస్తుంది. నది నీటికి అడ్డుకట్ట వేసి నిల్వచేస్తే జలవిద్యుత్ పుట్టించవచ్చు. పంటలకూ సాగునీరు అందుతుంది. వృధాగా సముద్రంలో కలిసే నీటి నుంచి బంగారం పండించవచ్చు. సమాచారం కూడా నది నీటివంటిదే. ఆ సమాచారానికి అడ్డుకట్టవేసి భద్రపరచటంద్వారా అద్భుత ఫలితాలు సాధించవచ్చు..

ప్రజా జీవనరంగంలో ఉన్నవారు కనీసం ఒకటి లేదా అంతకుమించి దినపత్రికలను చదువుతుంటారు. ఆ దినపత్రికల్లో అప్పటికప్పుడు తెలుసుకోదగిన సమాచారం ఉంటుంది. భవిష్యత్ అవసరాలకు పనికి వస్తుందన్న దృష్టికోణంతో మనం చదివే పత్రికల్లోని వార్తలు, వ్యాసాలు, పుస్తకాలు, వివిధ కమిటీలు, కమిషన్ల నివేదికలు భద్రపరచుకోవాలి.

"మన ఊరి గ్రంథాలయంలో అన్ని దినపత్రికలు వస్తాయి. వారు ఆ పత్రికలను బైండ్ సె భద్రపరుస్తుంటారు. కావలసినప్పుడు లైబ్రరీని రిఫర్‌చేస్తే సరిపోతుంది. వేరే ప్రత్యేకించి త్రికలనుంచి కత్తిరింపులు తీసి భద్రపరచుకోవడం దండగ" అని చాలామందికి అన్పించవచ్చు. కానీ ఇది సరికాదు. ఎల్లవేళలా లైబ్రరీమీదనే ఆధారపడటం సాధ్యంకాదు. పైగా మీకు కావలసిన సమాచారాన్ని లైబ్రరీలో ఎక్కడ అని వెతికి పట్టుకోగలరు?

గ్రంథాలయంలో పత్రికలను ఏరోజుకారోజు వరసక్రమంలో ఉంచి బైండ్ చేయిస్తే చేయించవచ్చు . కానీ గ్రంథాలయంలో పత్రికలపై పాఠకుల తాకిడి ఎక్కువ ఉంటుంది. కనుక పత్రికలోని అన్ని పేజీలనూ పూర్తిగా భద్రపరిచే అవకాశం కూడా ఒక్కోసారి ఉండకపోవచ్చు. గ్రంథాలయాలకు సెలవులుంటాయి. నిర్ణీత పనివేళలుంటాయి. గ్రంథాలయాధికారి ఎల్లవేళలా మన అవసరాలకు సానుకూలంగా స్పందించి తోడ్పాటు నందిస్తాడన్న హామీ లేదు.

ఏరకంగా చూసినా ప్రజాజీవనంలో ఉన్నవారు సొంత డాక్యుమెంటేషన్ కేంద్రాన్ని ఏర్పాటు చేసుకోవటం అవసరం. ఈ కేంద్రాన్ని పెద్దస్థాయిలోనూ నిర్వహించవచ్చు, చిన్న స్థాయిలోనూ నిర్వహించవచ్చు. మీకు అందుబాటులో ఉన్న వనరులను బట్టి డబ్బును కేటాయించుకోవచ్చు. సంకల్పం ఉండాలేకానీ సమాచార కేంద్రాన్ని మీకైమీరు సొంతంగా ఏర్పాటు చేసుకోవటం దుర్లభమేమీ కాదు.

మీరు రాజకీయ రంగంలో ఉండవచ్చు. స్వచ్ఛంద సంస్థను నిర్వహిస్తూ ఉండవచ్చు. లేదా సమాజంలో ఇతరత్రా మంచి హోదా కలిగి ఉండవచ్చు. సభలూ, సమావేశాలకూ వక్తగా వెళ్తుండవచ్చు.

అవసరాన్ని బట్టి అంచనా: ఏయే విషయాలపై ఏమేరకు సమాచారాన్ని భద్రపరచుకోవాలి అన్నది మీ కార్యకలాపాల స్థాయి, మీ అవసరాల స్థాయిని బట్టి ఆధారపడి ఉంటుంది. ఉదాహరణకు మీరు శాసనసభ్యుడు అనుకుందాం. ప్రజాజీవన రంగంలో మీ సమాచార అవసరాలు ఎలా ఉంటాయో పరిశీలిద్దాం.

నియోజకవర్గం: మీరు ప్రజాప్రతినిధి కనుక మీ ప్రథమ ప్రాధాన్యం మీ నియోజకవర్గంపైనే ఉంటుంది. మీ నియోజకవర్గం ఎదుర్కొంటున్న సమస్యలు, మీరు ప్రజాప్రతినిధి అయ్యాక ఆ సమస్యల పరిష్కారానికి చేసిన కృషి, చేపట్టిన అభివృద్ధి పథకాలు, మీ ప్రధాన ప్రత్యర్థుల వ్యూహాలు, మీపై, మీ పార్టీపై చేసే విమర్శలు, మీ ఖండనలు లేదా మీరు ఇతర పార్టీలపై చేసే విమర్శలు.

మీరు మీ నియోజకవర్గానికి మాత్రమే పరిమితమై పనిచేయటం అన్నివేళలా సాధ్యంకాదు. మీరు మీ నియోజకవర్గంతో పాటు మీ జిల్లా సమస్యలు, మీ ప్రాంత సమస్యలు మరికాస్త ముందుకు వెళితే మొత్తం రాష్ట్ర సమస్యలు పట్టించుకోవాలి.

అలాగే మీ పార్టీకి సంబంధించిన ముఖ్య నాయకుల ప్రకటనలు కూడా పరికించాలి. శాసనసభ చర్చల సందర్భంగా హోమ్‌వర్క్ చేయాల్సిన అంశాలు ఉంటాయి.

మీరు ప్రజాప్రతినిధి కనుక అనేక మంది సభలూ, సమావేశాలకు, ప్రారంభోత్సవాలకు పిలుస్తుంటారు. అలా వెళ్ళినప్పుడు ఆ నిర్ణీత కార్యక్రమాన్ని దృష్టిలో పెట్టుకుని మీరు ప్రసంగించాల్సి వస్తుంది. ఒక ఏడాదిలో మీరు పాల్గొన్న కార్యక్రమాలు, వాటిలో మీరు ఏయే అంశాలపై ప్రసంగించాల్సి వచ్చిందో నెమరు వేసుకుంటే మంచిది.

ఏ ప్రజా ప్రతినిధి అయినా తప్పనిసరిగా పాఠశాల వార్షికోత్సవాలకో లేదా విద్యార్థి సంబంధ కార్యక్రమానికో విధిగా హాజరు కాక తప్పదు. అలాగే క్రీడల పోటీల ప్రారంభోత్సవాల్లో పాల్గొన

వలసి రావచ్చు. రైతు సమస్యలపైనా, తీవ్రవాద సమస్యపైనా ఇలా అనేకానేక విషయాలపై మీరు ప్రసంగించాల్సి రావచ్చు. అసెంబ్లీలో ప్రధానంగా చర్చకు వస్తున్న అంశాలు, ఆ అంశాలకు సంబంధించి మీరు లేవనెత్తాల్సిన అంశాలను కూడా ఇక్కడ దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి.

విద్యార్థులనో, యువజనులనో ఉద్దేశించి ప్రసంగించాల్సి రావటం అనివార్యం అనుకున్నప్పుడు దానికి తగిన విధంగా సన్నద్ధం కావడం మంచిదే కదా! 'నేటి బాలలే రేపటి పౌరులు' అంటూ ఊకదంపుడు ఉపన్యాసాలు చేయకుండా విద్యకు సంబంధించి, యువజనులకు సంబంధించి మంచి అంశాలతో విలక్షణంగా మాట్లాడ వీలుంది. ఇందుకోసం విద్యగురించి యువకుల గురించి గాంధీ, నెహ్రూ వంటి ప్రముఖులు ఏమంటున్నారో తెలియచెప్పే పుస్తకాలను సేకరించి భద్రపరచవచ్చు. ఆయా రంగాలకు సంబంధించి వివిధ పత్రికల సంపాదకీయాలను కూడా మన ఉపన్యాసాల కోసం భద్రపరచుకోవచ్చు. ఆయా అంశాలపై ప్రత్యేక దృష్టిపెట్టి తెలుసుకుని మాట్లాడటం వలన వక్తగా మంచి పేరు సంపాదించవచ్చు. దీనికి మించి విషయ పరిజ్ఞానంగల వారిగా కూడా గుర్తింపు పొందవచ్చు.

ప్రజాప్రతినిధి ఈ దిగువ పేర్కొన్న అంశాల వారీగా వర్గీకరణ చేసుకుని సమాచారాన్ని సేకరించి భవిష్యత్ అవసరాలకోసం భద్రపరచుకోవచ్చు.

1. నియోజకవర్గ సమస్యలు
2. నియోజకవర్గంలో అభివృద్ధి
3. ప్రత్యర్థి పార్టీల ప్రకటనలు, హామీలు, విమర్శలు
4. పత్రికల్లో వచ్చే వ్యక్తిగత ప్రచారం
5. జిల్లా లేదా ప్రాంత సమస్యలు
6. అసెంబ్లీలో చర్చనీయాంశాలు
7. ప్రసంగాలకు పనికివచ్చే అంశాలు.

ఇలా మన అవసరాలను నిర్ధారించుకుని అంశాలను ఎంపిక చేసుకోవచ్చు. అలాగే పరిమిత బడ్జెట్ ఉన్నప్పుడు ఎక్కువ ఖర్చు లేకుండా కూడా మార్గాలు అన్వేషించవచ్చు. మీరు వ్యక్తిగతంగా ఒక దినపత్రిక తెప్పించుకుంటారు. మీ స్నేహితులో లేదా పొరుగింటి వారో మరో పత్రిక తెప్పించుకుంటూ వుండవచ్చు. వారు చదివేసిన పత్రికను ఆ మరురోజు మనం సేకరించి ఆ పత్రికనుంచి కూడా అవసరమైన సమాచారాన్ని తీసి భద్రపరచుకోవచ్చు. పాత పత్రికలు ఇచ్చినందుకు ఎంతోకొంత రేటు నిర్ణయించి ఇస్తే సరిపోతుంది. అంటే అన్ని పత్రికలను తెప్పించుకోవటం భారమైనప్పుడు ఇలాంటి ప్రత్యామ్నాయ మార్గాలు కూడా అన్వేషించవచ్చు.

పత్రికలే కాకుండా వివిధ అంశాలపై మ్యాగజీన్లు, పుస్తకాలను కూడా సేకరించాలి. ఉదాహరణకు కురుక్షేత్ర పత్రిక గ్రామీణ అంశాలపై వివిధ కోణాల్లో మంచి వ్యాసాలను ప్రచురిస్తుంటుంది. గ్రామీణ విషయాలపై మాట్లాడవలసిన, దృష్టి సారించవలసిన అవసరాలు ఉన్నప్పుడు కురుక్షేత్ర పత్రికకు చందాకట్టి తెప్పించుకోవచ్చు. అలాగే దినపత్రిక ప్రచురణ

ంద్రాన్ని బట్టి ఆ పత్రిక అందించే సమాచారం ఆధారపడి ఉంటుంది. ఉదాహరణకు ముంబాయి నుంచి వెలువడే పత్రిక మహారాష్ట్ర విషయాలను సర్వసమగ్రంగా అందిస్తుంది. మన అవసరాన్ని బట్టి ఆ తరహా పత్రికలను ఎంపిక చేసుకోవచ్చు.

సహాయకుడు: వ్యక్తిగతంగా తీరుబడి లేనప్పుడు ఎవరేనా సహాయకుడిని డాక్యుమెంటేషన్ సెంటర్ కోసం నియమించుకోవాలి లేదా అవకాశం ఉంటే కుటుంబ సభ్యుల సహకారం అయినా తీసుకోవచ్చు. ఏది ఏమైనా డాక్యుమెంటేషన్ సెంటర్ బాధ్యతలు చూసే వ్యక్తి మంచి చదువరి అయి ఉండాలి. భవిష్యత్ అవసరాలను అంచనా వేయగల దృష్టి కోణం కలిగి ఉండాలి. ఒక్కోసారి ఇవాళ సాధారణంగా కనపడిన సమాచారమే రేపటికి అత్యంత ఉపయుక్త సమాచారంగా రూపాంతరం చెందవచ్చు.

స్టేషనరీ, ఇతర సామాగ్రి: ఫైళ్ళ సంఖ్య ఎక్కువగా ఉంటే షెల్ఫ్‌ను కొనుగోలు చేయవచ్చు. మార్కెట్‌లో స్టేషనరీ దుకాణాల్లో న్యూస్‌ప్రింట్ కాగితాలు (రద్దు) 500 బండిల్ దొరుకుతుంది. ఆ న్యూస్‌ప్రింట్ బండిల్‌ను కొని పత్రికలనుంచి సేకరించిన క్లిపింగ్స్‌ను ఆ కాగితాలపై పేస్ట్ చేసి భద్రపరచవచ్చు.

వర్గీకరణ ముఖ్యం: సేకరించిన సమాచారాన్ని సక్రమంగా వర్గీకరించి మార్కెట్‌లో దొరికే బాక్స్ ఫైల్స్‌లో భద్రపరచాలి. ఒక్కో ఫైల్‌కు ఒక నెంబర్ లేదా కోడ్ ఇచ్చుకోవాలి. వర్గీకరణ సరిగా లేకున్నా, ఒక ఫైల్‌లో భద్రపరచాల్సిన క్లిపింగ్‌ను మరో ఫైల్‌లో భద్రపరిచినా అవసరానికి ఉపయోగపడదు. ఫలానా టాపిక్‌మీద సమాచారం కావాలి అని మీరు అనుకున్నప్పుడు క్షణాల్లో ఆ సమాచారం పొందగలిగేట్లు ఉండాలి. అలా కానప్పుడు ఈ ప్రయత్నమంతా వృధా అవుతుంది.

కార్యకలాపాలు విస్తరించే కొద్దీ ఫైళ్ళ సంఖ్య పెంచుకుంటూ పోవచ్చు. అలాగే ఏ పత్రికలో సాధికారిక, సమగ్ర సమాచారం లభిస్తుందో నిర్ధారించుకుని ఆ పత్రిక క్లిపింగ్స్‌పైనే ఆధారపడటం మంచిది.

గత రెండు ధశాబ్దాలుగా వివిధ రంగాల్లో అనూహ్య మార్పులు చోటు చేసుకుంటున్నాయి. ప్రజాజీవన రంగంలో ఉన్నవారు వివిధ రంగాల పరిణామాలను, సమాచారాన్ని జ్ఞాపకం పెట్టుకోవటం దుర్లభమైన విషయం. అందుకే అవసరమయ్యే సమాచారాన్ని నిల్వ చేసుకుని సమర్థంగా ఉపయోగించు కోగలగాలి. వారే ఆయా రంగాల్లో రాణించగలుగుతారు.

డాక్యుమెంటేషన్ సెంటర్ ఏర్పాటు చేయదలచినప్పుడు స్థానిక గ్రంథాలయాధికారి లేదా లైబ్రరీ సైన్స్ చదివినవారి సేవలను, సలహాలను కూడా పొందవచ్చు.

మీరు మీ ప్రత్యర్థులపై సాధికారికంగా విమర్శనాస్త్రాలు కురిపించాలన్నా, చర్చల్లో మంచి పాయింట్లు లేవనెత్తాలన్నా, విలేకరుల సమావేశాల్లో విలువైన విషయాలు చెప్పాలన్నా మంచి వక్త కావాలన్నా మీకు డాక్యుమెంటేషన్ సెంటర్ తప్పనిసరి.

జ్ఞానమే శక్తి. ఆ జ్ఞానాన్ని భద్రపరచుకుని అదను తెలుసుకుని ప్రయోగించండి. మంచి ప్రచారం కోరుకునే వారెవరికైనా ఇది తప్పనిసరి.

బాగా మాట్లాడితే బోల్డంత ప్రచారం



ప్రజాజీవన రంగంలో ఉన్నవారు ప్రజా సమూహాలతోనో, బహిరంగ సభావేదికలనుంచో మాట్లాడవలసి వస్తుంది. వివిధ వేదికలనుంచి చక్కగా మాట్లాడగల నైపుణ్యం సాధిస్తే మన పేరు బాగా ప్రాచుర్యంలోకి వచ్చే అవకాశం ఉంది.

జంకు లేకుండా...: స్నేహితులతో ఇష్టాగోష్ఠిగా జోకులు వేస్తూ ఆసక్తికరంగా మాట్లాడగలిగినవారికి సైతం మైకు చూడగానే చమటలు పట్టేస్తాయి. మాట తడబడుతుంది ఏ విషయం గుర్తుకు రాదు. ఇలాంటి ఇబ్బంది మీ ఒక్కరికేనని అనుకోవద్దు. ఎవరైనా మొదట్లో ఇలా ఇబ్బంది పడిన వారేనని గుర్తుంచుకోండి. ఎవరూ పుట్టుకతోనే మైకు పుచ్చుకుని ప్రసంగాలు చేయరు కదా? ఇప్పుడు గొప్ప వక్తలుగా పేరు గడించిన వారు సైతం ఒకప్పుడు మామూలువారేనని గుర్తించండి.

సభావేదికపై నుంచి ప్రసంగించాల్సి వచ్చినప్పుడు ఆత్మన్యూనతను ముందుగా విడనాడాలి. 'నాకేం తెలుసు. సభలో చాలామంది మేధావులున్నారు. వారితో నేనేం మాట్లాడగలను. నా అజ్ఞానాన్ని బయట పెట్టుకుంటానేమో?' ఇలాంటి ఆలోచనలకు తావు ఇవ్వకండి. మీరు ఆత్మవిశ్వాసంతో తొలి అడుగు వేయండి. మిగతా వారికంటే బాగా మాట్లాడగలను అని గట్టిగా విశ్వసించండి. ఎదురుగా కూర్చుని ఉన్న శ్రోతలకు ఈ విషయాలు ఏమీ తెలియవని ప్రగాఢంగా విశ్వసించండి. ఎదుటి వారికి ఈ విషయాలు అన్నీ తెలుసు అని మీరే అనుకుంటే మీకు చెప్పటానికి ఏ విషయమూ ఉండదు. మంచి ఉపన్యాసం అనేది ఓ కళే. ఈ కళను సాధనతో, పట్టుదలతో అలవరచుకోవచ్చు. మనం మాట్లాడదలచిన విషయంపైన అవగాహన ఏర్పరచుకోవటం, ప్రసంగ అంశాలను ముందుగా ప్రిపేర్‌కావటం ద్వారా మంచి వక్తగా

రాణించవచ్చు. సభా పిరికిని వదుల్చుకోకపోతే మీరెప్పటికీ ఉపన్యాసకుడు కాలేరు. మీ కార్యరంగంలో రాణించలేరు.

ఏ సభలకు వెళ్ళాలి: వివిధ సాంస్కృతిక సంస్థలవారు, స్కూళ్ళు, కాలేజీల నిర్వాహకులు, రాజకీయ పార్టీలవారు, స్వచ్ఛంద సంస్థల కార్యకర్తలు ఇలా అనేకమంది మిమ్మల్ని వక్తగా తాము నిర్వహించే సభలకు, సమావేశాలకు ఆహ్వానించవచ్చు. వారు ఆహ్వానించటానికి వచ్చినప్పుడు నిర్వాహకులనుంచి కొంత సమాచారం అడిగి తెలుసుకోవాలి. సభ కార్యక్రమాన్ని ఏ సందర్భంలో ఏర్పాటు చేశారు? ఏ అంశంపైన సభ దృష్టి కేంద్రీకరిస్తోంది? సభలో ఎవరెవరు మాట్లాడబోతున్నారు? సభ ఎంతసేపు కొనసాగుతుంది? సభలో పాల్గొనే శ్రోతలు ఎవరు? వ్యవసాయదారులా? వైద్యులా? పురుషులా? పిల్లలా? వారి అభిరుచులేమిటి, అసక్తులేమిటి అన్నది నిర్ధారించుకోవాలి.

ఇతరత్రా ఆ రోజు ఏ కార్యక్రమాలు లేనట్లయితే, సభ థీమ్ మీకు నచ్చినట్లయితే అంగీకారం తెలపవచ్చు. సభలో చాలామంది వక్తలు ఉంటే మీకు ప్రత్యేక గుర్తింపు ఉండకపోవచ్చు. వక్తలు ఎక్కువైన కొద్దీ శ్రోతల్లో ఓపిక నశిస్తుంది. వక్తలు మరీ ఎక్కువమంది ఉన్నారని తెలిస్తే ఆ సభకు వెళ్ళటంవలన ఇతరత్రా ఒనగూరే ప్రయోజనాలేమీ లేవనిపిస్తే మీరు ఆహ్వానాన్ని మర్యాదగా తిరస్కరించవచ్చు. "ఈసారి సభకు తప్పక వస్తాను. ఈ ఒక్కసారికి మన్నించండి". అని చెప్పి తప్పించుకోవచ్చు. సభకు వక్తగా వెళ్ళటానికి మీరు అంగీకారం తెలిపితే సభ తేదీ, సమయాన్ని మీ డైరీలో నోట్ చేసుకోవాలి. సభకు హాజరు కావటాని నిర్వాహకులు కారు లాంటి ఏర్పాట్లు చేశారా? మీకై మీరు వెళ్ళాలా? అన్నది కూడ నిర్ధారించుకోవాలి. సభలో మిమ్మల్ని పరిచయం చేయటానికి వీలుగా మీ బయోడేటా కాపీని ముందుగానే నిర్వాహకులకు అందజేయండి.

ప్రిపరేషన్: వక్తగా వెళ్ళేముందు ప్రసంగించే విషయంపై ముందుగా ప్రిపేర్ కావటం మంచిది. ఏ ప్రిపరేషన్ లేకుండా వెళ్తే ప్రసంగం చప్పగా సాగవచ్చు. ఇతరుల ప్రసంగాల ముందు తేలిపోవచ్చు. లాయర్లు, డాక్టర్లు వంటి ప్రొఫెషనల్స్‌ను ఉద్దేశించి మాట్లాడాల్సి వస్తే వారి స్థాయిని దృష్టిలో పెట్టుకుని, వారికి సంబంధించి, ఆసక్తిగొలిపే విషయాలను ప్రసంగాంశంగా ఎంపిక చేసుకోవటం మంచిది. అవసరమైతే మీకు తెలిసిన సంబంధిత రంగాల వారిని సంప్రదించి విషయాలను సేకరించుకోవచ్చు. ఒక్కోసారి పూర్వరంగ సమాచారం ఇవ్వండని నిర్వాహకులనే కోరవచ్చు. ఉదాహరణకు మాదక ద్రవ్యాల నిరోధంపై ఏర్పాటు చేసిన సభలో ప్రసంగించాల్సి వచ్చిందనుకోండి. మాదక ద్రవ్యాల కారణంగా జరుగుతున్న నష్టాలు ఏమిటి? వాటి అక్రమ రవాణా నిరోధానికి చేపడుతున్న చర్యలు ఏమిటి? అన్న విషయాలపై నిర్వాహకుల నుంచే కొంత సమాచారం సేకరించవచ్చు.

ఏయే వయో వర్గాలను ఉద్దేశించి మాట్లాడుతున్నామో, వారి ఆసక్తులు, అభిరుచులేమిటో దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి. స్కూలు వార్షికోత్సవానికి వెళ్ళి పదిహేనేళ్ళ వయస్సున్న పిల్లల ముందు పెద్ద పెద్ద విషయాలు మాట్లాడితే ప్రయోజనమేదీ ఉండదు. ఆ పిల్లల ఆసక్తులు ఏమిటి? వారికి సంబంధించి ఏయే విషయాలు చెప్తే బావుంటుంది అన్న దృష్టి అవసరం. స్కూలు

పిల్లలతో మాట్లాడాల్సి వచ్చినప్పుడు మీ చిన్ననాటి అనుభవాలను, జ్ఞాపకాలను ప్రసంగం మధ్యలో పొందుపరచవచ్చు. అనుభవాలను జోడించి పిట్టకథలు కూడా చెప్పవచ్చు.

సమయాన్ని బట్టి: కేటాయించిన సమయాన్ని బట్టి ఏయే విషయాలు చెప్తే సరిపోతుందో నిర్ణయించుకోవాలి. బాగా అనుభవం ఉన్నవారైతే ప్రసంగ విషయాలను పాయింట్లుగా నోట్ చేసుకుంటే సరిపోతుంది. ప్రసంగించేటప్పుడు ఆ పాయింట్లను ఒకసారి చూస్తే సరిపోతుంది. ఒక్కో పాయింట్‌ను వివరిస్తూ పోవచ్చు. ఈ పాయింట్లు కూడా ఒక దానితర్వాత ఒకటి క్రమానుగతంగా ప్రసంగాన్ని ముందుకు తీసుకు వెళ్ళగలిగేలా రూపొందించుకోవాలి. మరీ తప్పనిసరి అయితేనే పూర్తి ప్రసంగ పాఠం సిద్ధం చేసుకోవాలి. ప్రసంగపాఠాన్ని చూస్తూ చదివితే శ్రోతలకు బోర్ కొడుతుంది. కనుక ఆ పాఠం ఎదురుగా ఉన్నా మధ్య మధ్యలో తల ఎత్తి శ్రోతల వంక చూస్తూ మాట్లాడటం మంచి ఫలితాన్ని ఇస్తుంది.

పరిధిని పరిమితం చేసుకోవాలి: మీ ప్రసంగ అంశం ఎంపిక చేసుకున్నాక దాని పరిధిని పరిమితం చేసుకోవాలి. ఉదాహరణకు 'వాతావరణ కాలుష్యం' అనే అంశమే ఉందనుకోండి. దీని పరిధి చాలా విస్తృతమైనది. ఈ దృష్ట్యా ఒకేఒక పార్శ్వానికే పరిమితమైతే బావుంటుంది. అంటే శబ్దకాలుష్యం, వాయు కాలుష్యం, పరిసరాల కాలుష్యం, జల కాలుష్యం ఇలా ఏదో ఒక పార్శ్వాన్నే తీసుకుని ప్రసంగించాలి. ప్రసంగం ఎప్పుడూ సూటిగా క్లుప్తంగా ఉండాలి. కప్పదాట్లు పనికిరావు. ఒకే అంశాన్ని పలు కోణాలనుంచి పరిశీలిస్తూ మాట్లాడాలి.

లక్ష్యం నిర్ణయించుకోవాలి: ప్రసంగంద్వారా మీరు సాధించదలచిన లక్ష్యమేమిటో ముందే నిర్ణయించుకుని తదనుగుణంగా వ్యవహరించాలి. మీ లక్ష్యం 1. వినోదం కలిగించటం కావచ్చు. 2. సమాచారం అందజేయడం కావచ్చు. 3. శ్రోతల్లో చైతన్యం కలిగించటం కావచ్చు. 4. మీ వాదనతో శ్రోతలను ఒప్పించడం కావచ్చు.

ప్రసంగాల్లో రకాలు

ప్రసంగాలను నాలుగు రకాలుగా విభజించవచ్చు.

1. పాఠం ఏదీ రాసుకోకుండా అప్పటికప్పుడు ఆలోచించి ప్రసంగించటం: చిన్న కాగితం మీద నాలుగు పాయింట్లు రాసుకుని వాటి ఆధారంగా మాట్లాడ్డం. ఈ ప్రసంగం దాదాపు ఆశుకవిత్వం లాంటిది. ఆశుకవిత్వంలో గణాలు, యతి ప్రాసలు వుంటాయి కానీ అసలు కవితా లక్షణాలు సాధారణంగా వుండవు. ఈ ఆశు ప్రసంగం ఏమంత ఎఫెక్టివ్‌గా ఉండదు. అయితే జవహర్‌లాల్ నెహ్రూ, రాజగోపాలాచారి లాటి ఉద్దండులు ఆశుప్రసంగాలు చేసినా బ్రహ్మాండంగా ఉండేవి. శ్రద్ధగా చదివి రాసే పరీక్షకూ ఏమీ ప్రిపేర్ అవకుండా రాసే పరీక్షకూ తేడా ఉన్నట్లే ఆశు ప్రసంగాలకూ, ముందుగా రాసుకుని చేసే ప్రసంగాలకూ వ్యత్యాసముంది. ఒకటి మాత్రం నిజం. ఈ ఆశుప్రసంగంలో కొన్ని ప్రయోజనాలున్నాయి.

శ్రోతల్ని చూస్తూ చేసే ప్రసంగం కనుక వారితో చక్కటి సంబంధం పెట్టుకోవచ్చు. అంటే 'తల స్పందనలను బట్టి ప్రసంగం కొనసాగించొచ్చు. లేదా ప్రసంగం విశేషం మార్చొచ్చు. శ్రోతల హావభావాలను గమనించే సౌలభ్యం ఉంటుంది కనుక వాటికి అనుగుణంగా వ్యవహరించవచ్చు.

2. చేతిరాత ప్రసంగాన్ని చదవటం: శ్రోతల్ని, ప్రాంతాన్ని దృష్టిలో పెట్టుకుని ముందు ప్రసంగ పాఠం రాసుకుని, చదవొచ్చు. 1999 పార్లమెంటు ఎన్నికల్లో శ్రీమతి సోనియాగాంధీ ఇలాగే చదివారు. ఉత్తరాది అయితే హిందీలోనూ, దక్షిణాది అయితే ఇంగ్లీషులోనూ ఆమె ముందే ప్రసంగం రాసుకుని చదివారు. ఇందులోని అసౌకర్యం ఏమిటంటే చదువుతుంటారు కనుక శ్రోతల స్పందనను గమనించే వీలుండదు. ఇలాటి అవకాశం లేకపోతే ఇబ్బందే. 1998 లోక్‌సభ ఎన్నికల్లో శ్రీమతి సోనియాగాంధీ కరీంనగర్, నిజామాబాద్ ప్రాంతాల్లో మతతత్వ శక్తులను ఖండిస్తూ అనర్గళంగా అయిదు నిమిషాలు ప్రసంగించారు. ఆమె మతతత్వ శక్తులపై వాడికి మాత్రమే 5 నిమిషాలు వెచ్చించారు. అయితే గమ్మత్తు ఏమిటంటే సోనియా ఆ అంశంపై మాట్లాడుతున్నప్పుడు శ్రోతలు బొత్తిగా స్పందించలేదట. కేవలం బెల్లంకొట్టిన రాయిలా ఉండిపోయారు. పేలితే సరేసరి, పేలనప్పుడు ప్రసంగాంశం మార్చుకునే వీలుండదు. అది ప్రతికూలాంశం. ఇక అనుకూలాంశం ఏమిటంటే, ముందే తయారు చేసుకోవచ్చు కనుక పలుకుబళ్ళు, సామెతలు ఉపయోగించి చక్కగా రాసుకోవచ్చు. భావానికి తగిన భాషను వాడే వీలుంది. సాంకేతిక వివరాలు ఇవ్వటానికి ఈ పద్ధతి చక్కగా ఉపకరిస్తుంది. వార్షిక నివేదికలు సమర్పించడానికి కూడా ఇది అనువుగానే ఉంటుంది.

3. జ్ఞాపకం పద్ధతి: అంటే వక్త ముందు నోట్స్‌గాని ప్రసంగపాఠంకాని రాసుకుని దాన్ని బట్టీ పెడతాడు. బట్టీ పెట్టి సభలో పాఠంలాగా వల్లెవేస్తాడన్న మాట. అయితే జ్ఞాపకం చేసుకుంటూ ప్రసంగించినా అప్పటికప్పుడు ఆలోచించి ప్రసంగిస్తున్నట్లు నటిస్తే ఈ పద్ధతి ఫలప్రదంగా ఉంటుంది. జ్ఞాపకం చేసుకుని మాట్లాడుతున్నట్లు కనిపిస్తే ఎబ్బెట్టుగా వుంటుంది. ఇది వక్తల నటనా వైదుష్యం మీదా, జ్ఞాపకశక్తిమీదా పూర్తిగా ఆధారపడి ఉంటుంది.

4. ముందుగా ఊహించని ప్రసంగం: అంటే మీరొక సభకో, గోష్ఠికో అధ్యక్షత వహిస్తారనుకోండి. ప్రతి వక్త ప్రసంగించగానే మీరు లేచి ఆ ప్రసంగాన్ని విశ్లేషిస్తూ మాట్లాడాలి. వక్తలు ఏం మాట్లాడతారో మీకు తెలీదు. ఒక్కో వక్త ఒక్కో ధోరణిలో ప్రసంగిస్తాడు. అయినా అందరి ప్రసంగాలపైనా మీరు వ్యాఖ్యలు చేయాలి. ఇలాంటి ప్రసంగాలు సాధారణంగా క్లుప్తంగానే ఉంటాయి. సంక్షిప్తంగానే అయినా సమయస్ఫూర్తితో మాట్లాడాలి.

శ్రోతల్లో రకాలు

శ్రోతల్లో మూడురకాల వారుంటారు. 1. మీరు మాట్లాడబోయే అంశంపై దాదాపు మీ భావాలే, అభిప్రాయాలే ఉన్నవారు కొందరు. 2. మీ భావాలకు వ్యతిరేకమైన భావాలను ముందే ఏర్పరచుకున్నవారు 3. తటస్థులు. అంటే మీరు ప్రసంగించే అంశాన్ని వ్యతిరేకించేవారూ కాదు, సమర్థించేవారూ కాదు. వక్తగా మీరెప్పుడు విజయం సాధించిన వారు అవుతారంటే (ఎ) మీ భావాలే ఉన్న శ్రోతలు తమ భావాలను మరింత సుదృఢం చేసుకున్నప్పుడు. ఇదే అంశంపై వారు ఇతరుల్ని సైతం ప్రభావితం చేయగలిగినప్పుడు. (బి) మీ అభిప్రాయాలకు సరిగ్గా వ్యతిరేకమైన అభిప్రాయాలున్నవారిలో సందేహం తలెత్తాలి. వక్త చెప్పేదే నిజమేమో అన్న అనుమానం కలగాలి. (సి) తటస్థులయిన శ్రోతలు మీ భావాలతో ఏకీభవించాలి. ఇక్కడ తెలిపిన మూడు అంశాల్లో రెండు అంశాల్లో మీరు కృతకృత్యులయినా వక్తగా మీరు సక్సెస్ అయినట్లే.

వస్త్రధారణ: సభలు, సమావేశాల్లో వక్తగా పాల్గొంటున్నప్పుడు వస్త్రధారణ ఆడంబరంగా ఉండకూడదు. సాధ్యమైనంత నిరాడంబరంగా ఉంటేనే పదుగురి మన్ననలు పొందవచ్చు. ఏ సాహిత్య సభకో వెళ్తుంటే లాల్చీ, పైజమా ధరిస్తే సందర్భానికి బాగా సరిపోతుంది. ముఖానికి దట్టంగా పౌడరు రాసుకోకూడదు. ఎబ్బెట్టుగా అన్పించే అలంకరణలకు దూరంగా ఉండాలి. సనాతన ధర్మ ప్రచార సభకు జీన్స్‌ప్యాంట్, టీషర్టుతో వెళితే నప్పదు.

వేదికపై హుందాగా: వేదికపై కూర్చున్నప్పుడు హుందాగా కన్పించాలి. కిల్లీలు, పాన్ మసాలాలు వంటివి అలవాటు ఉన్నా వేదిక మీద ఉన్న కాసేపు వాటికి దూరంగా ఉండాలి. కాళ్ళు పదేపదే ఆడించడం, ముక్కుల్లో వేళ్ళు పెట్టుకోవటం, కళ్ళు తుడుచుకోవడం వంటివి నిరోధించాలి. ఇతరులు మాట్లాడుతుంటే, వేదికపై కూర్చున్న పక్క వ్యక్తితో కబుర్లలో పడకూడదు. ఇందువల్ల శ్రోతలకూ, ప్రసంగిస్తున్న వ్యక్తికీ ఇబ్బందిగా ఉంటుంది. ఇతర వక్తల ప్రసంగాలను సావధానంగా ఆలకించాలి. పదిమంది కళ్ళు మీపై కేంద్రీకరించి వుంటాయన్న విషయాన్ని గుర్తించి మసలుకోవాలి.

సభికుల నాడి పట్టుకోండి: సభలో మీరు చివరగా ప్రసంగించాల్సి వచ్చిందనుకుందాం. సభ అరగంట ఆలస్యంగా ప్రారంభమై రెండు గంటలనుంచీ సాగుతోంది. వక్తల ప్రసంగాలతో శ్రోతల్లో అప్పటికే ఓపిక నశించింది. ఆ విషయం వారి ముఖాలను చూస్తే తెలిసిపోతుంది. కుర్చీల్లో ఇబ్బందిగా కదలడం, పదే పదే చేతి వాచీవంక చూడటం వంటి వాటిద్వారా శ్రోతల మూడ్‌ను అంచనా వేయవచ్చు. సమయం రాత్రి తొమ్మిది గంటలు దాటితే ఎప్పుడెప్పుడు సభనుంచి బయటపడదామా అని శ్రోతలు ఆలోచిస్తుంటారు. ఆకాశంలో మబ్బులు పట్టి మరి కాసేపట్లో వర్షం కురిసే అవకాశం వుందనిపించినా శ్రోతలు త్వరగా ఇళ్ళకు చేరాలనుకుంటారు. ఇలాంటప్పుడు, మీకు నిర్వాహకులు ప్రసంగించడానికి ఇరవై నిమిషాలు కేటాయించినా మీ ప్రసంగాన్ని ఏ ఐదు, పది నిమిషాలకో ముగించటం మంచిది.

సభలో మీరే మొదటి వక్త అయినప్పటికీ నిర్ణీత సమయానికి కట్టుబడి ఉండాలి. మీ తర్వాత ప్రసంగించాల్సిన వారు ఇంకా ఉన్నారు కనుక వారి ప్రసంగాల సమయాన్ని కూడా మీరే తినేయకూడదు. పైగా శ్రోతల సమయం కూడా చాలా విలువైంది. ఆ విషయాన్ని వక్త గుర్తుంచుకోవాలి. ఓ వందమంది పాల్గొన్న సభలో మీరు గంటసేపు ప్రసంగిస్తే వంద గంటల కాలాన్ని మీరు హరించినట్లే లెక్క. ఈ దృష్ట్యానే సమయానికి స్వచ్ఛందంగా కట్టుబడి మీ ప్రసంగం సాగాలి. ప్రసంగించేటప్పుడు మూడ్‌లోకి వెళ్ళిపోయి కాలాన్ని విస్మరించ కూడదు.

ప్రసంగ ప్రారంభం

చాలామంది తమ ప్రసంగాన్ని వేదికమీద ఉన్నవారందరి పేర్లను ఉటంకిస్తూ మొదలు పెడతారు. కొందరైతే కార్యక్రమం కవర్‌చేయడానికి వచ్చిన విలేకరులకూ నమస్కారాలు చేస్తున్నారు. ఈ పద్ధతికి స్వస్తి చెప్పి 'అందరికీ నమస్కారం' అంటూ ప్రసంగాన్ని ప్రారంభిస్తే బావుంటుంది. ఇందువల్ల సమయం కలిసి రావటంతో పాటు శ్రోతలకు బోర్ కొట్టకుండా ఉంటుంది. మైకు ముందుకు వెళ్ళగానే సభ సద్దుమణిగే వరకూ ఒక నిమిషం సేపు వేచి ఉండటం మంచిది.

॰రంభం, ముగింపు

ప్రసంగం ప్రారంభం, ముగింపుల గురించి జాగ్రత్తగా ప్లాన్ చేసుకోవాలి. ప్రసంగాన్ని ా ప్రారంభిస్తే శ్రోతల దృష్టిని ఆకర్షించవచ్చో ఆలోచించాలి. సభ థీమ్‌కు లేదా శ్రోతల యి, ఆసక్తికి సరిపోయే కథతో ప్రసంగం ప్రారంభించవచ్చు. ఈ కథ మీ అనుభవాలలోది వచ్చు. లేదా ఇతరుల అనుభవాలలోనుంచయినా తీసుకోవాలి. అలాగే మీ ప్రసంగం నసాగిస్తున్నప్పుడు కూడా శ్రోతలు ఆసక్తిగా వింటున్నదీ లేనిదీ గమనంలోకి తీసుకోవాలి. సంగ విషయాలన్నీ సీరియస్‌వైపోయినప్పుడు మధ్యలో సందర్భాన్ని బట్టి జోకులు యవచ్చు. ఆ జోకులు అసభ్యంగా ఉండకుండా జాగ్రత్తపడాలి. ప్రజల అనుభవంలోని షయాలను, ఉదాహరణలను, సామెతలను ప్రసంగంలో సరిపోయేట్లు కలుపుకుంటూ ళ్ళాలి. ముగింపు కూడా విభిన్నంగా ఉండేట్లు జాగ్రత్త పడాలి. ఒక విషయంపై మీ భిప్రాయాలు తేటతెల్లంచేసి, 'దీనిపై అంతిమ నిర్ణేతలు విజ్ఞులైన మీరే' అంటూ ుగించవచ్చు. లేదా మీరు ఆలోచించి మంచి ముగింపును ఎంచుకోవచ్చు.

'ఈయన మరికాసేపు మాట్లాడితే బావుండేది' అన్న అభిప్రాయం శ్రోతల్లో కలిగించ లిగితే అది మంచి ప్రసంగంగా పరిగణించవచ్చు. 'ఈయన ఎంతసేపటికీ వదలడేం' అని ోతలు అనుకుంటే మన ప్రసంగం నిడివికి మించి సాగదీశామని అర్థం చేసుకోవాలి.

చేతుల కదలికలు: ప్రసంగించేటప్పుడు మైకు ముందున్న బల్లమీదకు ఒరిగిపోయి ులబడకుండా నిటారుగా నిల్చోవాలి. ఒంటికాలిమీద ఓ పక్కకు ఒరిగిపోయి నిల్చోకూడదు. అలాగే చేతుల కదలికలు కూడా. చాలామంది ఆవేశంగా బల్లలు చరుస్తూ మాట్లాడతారు. అది కూడదు. చేతులు మన ముఖానికి అడ్డురాకుండా చూసుకోవాలి. సాధ్యమైనంత వరకూ చేతులను పోడియంమీద ఆసరా చేసుకుని ప్రసంగిస్తే సరిపోతుంది. ఏదైనా పాయింట్‌ను గట్టిగా చెప్పాల్సి వచ్చినప్పుడు మాత్రమే తదనుగుణంగా చేతులను కదల్చాలి.

శ్రోతలపై చూపు నిలపాలి: మనం మాట్లాడేటప్పుడు చూపును ఎక్కడ నిలపాలి అన్నది పెద్ద సమస్య. మీ ప్రసంగాన్ని ఆసక్తిగా వింటున్న వారిని గమనించాలి. అలా ఆసక్తిగా వింటున్న శ్రోతలపై చూపు నిలపవచ్చు. అయితే ఒకే శ్రోతపై చూపు కేంద్రీకరించి మాట్లాడితే ఆ శ్రోత ఇబ్బంది ఫీల్ కావచ్చు. అందుకని హాలు మొత్తంలోని శ్రోతలను వర్గీకరించుకుని కొద్దిసేపు కొంతమందిని మరి కొద్దిసేపు మరికొందరిని చూస్తూ ప్రసంగించవచ్చు. మన చూపులు హాలు మొత్తం కవర్ అయ్యేట్లు చూసుకుంటే సరిపోతుంది.

నింపాదిగా మాట్లాడాలి: మంచి వక్తగా రాణించాలంటే నింపాదిగా మాట్లాడటం అలవరచుకోవాలి. మాటల్లో వేగం హెచ్చితే శ్రోతలు గ్రహించటం కష్టం అవుతుంది. వెనకాల ఎవరో తరుముతున్నట్లుగా కాకుండా శ్రోతలు అర్థం చేసుకునే వీలుగా నిదానంగా మాట్లాడాలి. మాటల్ని మింగివేయకుండా అన్ని అక్షరాలను స్పష్టంగా పలకగలగాలి. ఎక్కడైనా సాంకేతిక విషయం చెప్పదలిస్తే శ్రోతలు అవగాహన చేసుకునేలా వివరంగా ఉదాహరణలతో చెప్పవచ్చు. మాటకూ మాటకూ మధ్య గ్యాప్ ఎక్కువ ఉన్నా అంతగా బావుండదు. వాజ్‌పేయి మంచి వక్తే. అయినా ఆయన ప్రసంగాల్లో మాటకు మాటకు మధ్య విరామం ఎక్కువ ఉంటుంది.

సభికులను బట్టే ప్రసంగ భాష: భాష అనేది మన భావాలను వ్యక్తం చేసే కమ్యూనికేషన్ సాధనం. ఏ సభలో ఏ భాషలో మాట్లాడాలన్నది ఆ సభలో పాల్గొంటున్న సభికుల స్థాయిని అంచనా వేసుకుని నిర్ణయించుకోవాలి. ఉదాహరణకు రైతులు పాల్గొంటున్న సభలో పాల్గొన్న వ్యక్తి ఇంగ్లీషులో ప్రసంగాన్ని దంచితే ప్రయోజనమేమీ ఉండదు. అలాగే వివిధ రాష్ట్రాల నుంచి వచ్చిన ప్రతినిధుల సభలో తెలుగులో ప్రసంగించినా ఫలితం ఉండదు. సభికుల్లో అత్యధికులు ఏ భాషవారో గ్రహించి వక్త కూడా అదే భాషలో ప్రసంగించినప్పుడే సానుకూల ఫలితాలను పొందవచ్చు. ముస్లింలు అధికంగా పాల్గొన్న సభలో తెలుగు, ఇంగ్లీషుల్లో కాకుండా హిందీలో మాట్లాడటం మంచిది. అయితే ఆ నిర్దిష్ట భాషలో వక్తకు గట్టి పట్టు లేనప్పుడు ఏం చేయాలి? అన్నది ప్రశ్న. అలాంటి సందర్భంలో ఆ నిర్దిష్ట భాషలో ప్రసంగపాఠాన్ని తయారు చేయించుకుని ఆ ప్రసంగపాఠాన్ని ఆసరా చేసుకుని మాట్లాడవచ్చు.

ఊత పదాలు వద్దు: చాలామంది ప్రసంగించేటప్పుడు వారికి తెలియకుండానే ఊతపదాలు ఉపయోగిస్తుంటారు. తెలియచేసుకుంటున్నాను, మనవి చేసుకుంటున్నాను, మీకు తెలుసు వంటి ఊతపదాలను పరిహరించుకోవటం మంచిది.

శ్రోతల విజ్ఞతను ప్రశ్నించవద్దు: శ్రోతల వివేచనను, విజ్ఞతను ఎప్పుడూ సందేహించ కూడదు. ప్రశ్నించకూడదు. 'టైమ్స్ ఆఫ్ ఇండియా అనే ఒక పత్రిక ఉంది. మీకు బహుశా తెలిసి ఉండకపోవచ్చు. ఆ పత్రిక మొన్న ఓ వార్త ప్రచురించింది'. అంటూ శ్రోతలతో మాట్లాడకూడదు. మీరు పాల్గొన్న సభలోని శ్రోతలకు టైమ్స్ ఆఫ్ ఇండియా పత్రిక గురించి నిజంగా తెలియకపోయినా ఆ విషయాన్ని ఎత్తి చూపకూడదు. "మీరు చూసే ఉంటారు. టైమ్స్ ఆఫ్ ఇండియా పత్రికలో మొన్న ఓ వార్త వచ్చింది..." అని చెప్తే సరిపోతుంది.

భావాలకు తగ్గ స్వరం: మాట్లాడేటప్పుడు సందర్భాన్ని బట్టి గొంతు పెంచటం, తగ్గించటం చేయాలి. ఉద్వేగభరిత విషయాలను ఉద్వేగపూరితంగా చెప్పాలి. ప్రసంగం మొదటి నుంచీ చివరివరకూ ఒకటే స్వరంతో మాట్లాడితే శ్రోతలను అంతగా ఆకట్టుకోలేం.

మీరు చివరి వక్త అయితే: మీరు చివరి వక్త అయినప్పుడు మీరు మాట్లాడదలచుకున్న విషయాలను ముందు వక్తలు మాట్లాడేశారనుకుందాం. అవే విషయాలను చెప్పటం వలన శ్రోతలకు ఆసక్తి ఉండదు. ఇలాంటి ప్రమాదాలను ముందే ఊహించి కొంత అదనపు ప్రసంగ విషయాలను మెదడులో భద్రపరచుకోవాలి. ఇతర వక్తలు మాట్లాడే విషయాలను శ్రద్ధగా ఆలకించాలి. తద్వారా వారి అభిప్రాయాలను ప్రాతిపదికగా చేసుకుని కొత్తపాయింట్లు అప్పటికప్పుడు అల్లుకోవచ్చు. అలాగే ప్రసంగంలో ఎక్కువగా లెక్కలు, శాతాలు చెప్పటం తగదు. మరీ అవసరమైతే తప్పించి గణాంకాలు లేకుండా చూసుకోవాలి. ఒకవేళ చెప్పాల్సివచ్చినా కోటీ తొంభై ఎనిమిది లక్షల అరవై వేల మంది బదులు సుమారు రెండో కోట్లు అంటే సరిపోతుంది.

వస్తువులు చూపటం ద్వారా: సందర్భాన్ని బట్టి ఏదైనా పుస్తకాన్నో, పేపర్‌నో ప్రదర్శించి చూపుతూ కూడా మాట్లాడవచ్చు. భగవద్గీత పుస్తకాన్ని చూపిస్తూ 'హిందువులకు అత్యంత ప్రీతిపాత్రమైన ఈ పుస్తకంలో ఆధునిక జీవనానికి సరితూగే ఉపయుక్త విషయాలు అనేకం

ఉన్నాయి' అని చెప్పవచ్చు. లేదా పత్రికను చూపిస్తూ అందులో వచ్చిన విషయాన్ని కోట్ చేస్తూ మాట్లాడవచ్చు.

మిమ్మల్ని తక్కువ చేసుకోవద్దు: వేదికపైనున్న మిగిలిన వక్తలను ఆకాశానికెత్తి, మిమ్మల్ని మీరు తక్కువగా చేసుకోకండి. 'ఈ వేదికపై రాజ్యాంగ విషయాలపై కాకలు దీరిన యోధులు ఉన్నారు. నాకు రాజ్యాంగం గురించి పెద్దగా తెలీదు...' లాంటి వ్యాఖ్యల్ని చేయకండి. అలాగే ఇతర వక్తలు మాట్లాడిన విషయాలను పనిగట్టుకుని ఖండించకండి. 'వారు ఈ విషయంలో అలా అభిప్రాయపడ్డారు. కానీ నేనలా భావించటంలేదు...' అని చెప్పవచ్చుగానీ ఇతరుల ప్రసంగాలను తూలనాడటమే ధ్యేయంగా పెట్టుకోకూడదు. అలాగే వాస్తవమే అయినప్పటికీ గొప్పలు చెప్పకోకూడదు. 'ఈ ఉదయమే అమెరికా నుంచి వచ్చాను. మా అబ్బాయి అమెరికా వెళ్తుంటే సెండాఫ్ ఇచ్చి రావటంతో ఆలస్యమైంది' వంటి వాటిని చెప్పకోకూడదు.

ఇలా చమత్కరించవచ్చు

'నిజానికి రాష్ట్రంలో నెలకొన్న ఈ అరాచకానికి నేనే బాధ్యుణ్ణి. ఈ దారుణ పరిస్థితులకు నేనే బాధ్యత వహించాల్సి ఉంది. రాష్ట్రాన్ని ఈ పరిస్థితుల్లోకి నెట్టటానికి కారకుడిని అయిన నేను రాష్ట్ర ప్రజల నుంచి క్షమాపణ కోరుతున్నాను'

చిలకలూరి పేటలో జరిగిన కాంగ్రెస్ బహిరంగసభలో నాదెండ్ల భాస్కరరావు తన ప్రసంగాన్ని ఇలా ప్రారంభించేసరికి కార్యకర్తలంతా అవాక్కయ్యారు. వేదికమీద ఆశీనులైన పార్టీ ప్రముఖులు కూడా కాసేపు నివ్వెరపోయారు. అయితే నాదెండ్ల ఆ వెనువెంటనే విషయ వివరణలోకి వెళ్ళారు.

"ఎన్.టి.రామారావుతో కలిసి 17 ఏళ్ళ క్రితం నేను తెలుగుదేశం పార్టీని ప్రారంభించి ఉండకపోతే రాష్ట్రం ఈ దారుణ పరిస్థితిలోకి వెళ్ళేది కాదు. 1982లో శ్రీ ఎన్.టి.ఆర్, నేనూ కలిసి తెలుగుదేశం ప్రాంతీయ పార్టీని ప్రారంభించాం. ఆంధ్రప్రదేశ్‌ను అభివృద్ధి పరచాలనే ఏకైక లక్ష్యంతోనే మేం ఈ పార్టీని స్థాపించాం. అయితే ఇప్పుడా లక్ష్యానికే పూర్తి విఘాతం కలిగింది. ఇప్పుడు ప్రజలెవరూ ఆ పార్టీకి ఓటు వేయనక్కర్లేదు. ఎందుకో తెలుసా? ఇప్పుడు ఆ పార్టీలో నేనుగానీ, ఎన్.టి.ఆర్‌గానీ లేం" అని నాదెండ్ల చెప్పేసరికి కార్యకర్తలు కరతాళ ధ్వనులతో హర్షం ప్రకటించారు.

నెహ్రూ ప్రసంగ పాఠం

భారత తొలి ప్రధాని జవహర్‌లాల్ నెహ్రూ ఆశు ప్రసంగమూ అద్భుతంగా ఉండేది. రాసుకుని చదివే ప్రసంగమూ అంతే అద్భుతంగా ఉండేది. 1947 ఆగస్టు 15వ తేదీ అర్ధరాత్రి ఆయన భారత జాతి నుద్దేశించి చేసిన ప్రసంగం చాలా బావుంది. అది ఇప్పుడు చరిత్రాత్మక ప్రసంగంగా మారింది. ఆ ప్రసంగం శీర్షిక ట్రిస్ట్ విత్ డెస్టినీ (భవిష్యత్‌తో భేటీ) ఆ ప్రసంగం చదివాక ఒక మంచి కవితా ఖండిక చదివినంత సంతృప్తి దక్కుతుంది. అది ఆయన రాసుకుని చదివిన ప్రసంగం. అందుకే అంత బాగుంది.

జవహర్‌లాల్ నెహ్రూ 1949లో భారతదేశ ప్రధానిగా అమెరికా వెళ్ళారు. అప్పుడు అమెరికా అధ్యక్షుడు డి.ఐసెన్ హోవర్ (ఈయన రెండో ప్రపంచ యుద్ధంలో సైనిక నాయకుడిగా

అమెరికా దళాలను నడిపించి విజయాలు సాధించారు) 1949 అక్టోబరు 17న నెహ్రూను కొలంబియా యూనివర్శిటీలో సన్మానించి డాక్టర్ బిరుదు ప్రసాదించారు. అప్పుడక్కడ ఐసెన్ హోవర్ కూడా పక్కనే ఉన్నారు. డాక్టర్ బిరుదు అందుకోగానే నెహ్రూ తన ప్రసంగ పాఠాన్ని చాలా భావయుక్తంగా చదివారు. ఆ ప్రసంగ పాఠాన్ని సుప్రసిద్ధ అమెరికా దినపత్రిక న్యూయార్క్ టైమ్స్ పూర్తిగా ప్రచురించింది. నెహ్రూ ఫోటో ఫ్రంట్ పేజీలో ప్రచురించింది. ఇవి రెండూ ఆనాడు చెప్పుకోదగ్గ వార్తలే. నెహ్రూగారి కొలంబియా యూనివర్శిటీ ప్రసంగపాఠంలో నాలుగు ముక్కలు చదువుదాం.

"రాజకీయ నాయకులు దైనందిన సమస్యలతో వేగవలసి ఉంటుంది కనుక వారు తక్షణ పరిష్కారాలు కోరుకుంటారు. తత్వవేత్తలు అంతిమ లక్ష్యాల గురించే యోచిస్తారు. కనుక నిత్య నైమిత్తిక సమస్యలు వారి దృష్టికి రావు. వారా సమస్యలను పట్టించుకోక పోవచ్చు. అయితే ఈ రెండు దృక్పథాలు విడివిడిగా ఏమంత అభిలషణీయమైనవి కావు. ఈ రెండు దృక్పథాలను మేళవించి కార్యాచరణకు దిగే అవకాశం లేదా? మీకు అటు యుద్ధంలోనూ గొప్ప అనుభవం ఉంది, ఇటు ఈ యూనివర్శిటీ అధ్యక్షునిగా తత్వవేత్త అనుభవ సంపదా ఉంది. కాబట్టి ఈ ప్రశ్నకు సమాధానమివ్వడానికి మీరే సమర్థులు (మీరే అంటే ఐసెన్ హోవర్- అనువాదకుడు)

నిరంతరం నానావిధ కార్యకలాపాలు కొనసాగుతున్న ఈ ప్రపంచంలో మనుషులకు ఆలోచించడానికే తీరిక లేకపోతే ఇక ఆదర్శాలు, లక్ష్యాలగురించి యోచించే దెవరు. ఏమైనా మనం ఏ మార్గంలో పయనిస్తున్నామో మన లక్ష్యాలేమిటో తెలీకపోతే వర్తమాన ప్రపంచంలో మనం ఎలా కార్యాచరణకుపక్రమించాలి. ఒక యూనివర్శిటీలో సహజ సిద్ధంగా ఉండే ప్రశాంత వాతావరణంలోనే ఈ బృహత్ సమస్యల గురించి పరిశీలించడం సాధ్యపడుతుంది. ఈనాడు ఈ యూనివర్శిటీలో ఉన్న యువతీ యువకులు, రేపు జీవన సమస్యలను ఎదుర్కోబోయే ఈ యువతీ యువకులు స్పష్టమైన లక్ష్యాలను, ప్రామాణిక విలువలను తమ ముందుంచుకోవటం నేర్చుకున్నప్పుడే రానున్న తరానికి ఆశావహ భవిష్యత్తు ఉంటుంది.

గతించిన తరంలో మహామనీషులు ప్రభవించిన మాట అక్షర సత్యం. అయితే ఆ తరం పదే పదే ప్రపంచాన్ని వినాశంవైపు నడిపించింది. ఆ తరంలో మనిషి వివేకం కోల్పోయిన ఫలితంగా రెండు ప్రపంచ యుద్ధాల రూపంలో మూల్యం చెల్లించ వలసి వచ్చింది. ఇది మహాభయంకరమైన మూల్యం. అది ఎంత విషాదకరమైనదంటే, మూల్యం చెల్లించిన తర్వాత కూడా మనం నిజమైన శాంతిని సాధించలేకపోయాం. యుద్ధ జ్వాలల్ని ఆర్పలేకపోయాం. ఇంతకంటె విషాదం ఏమిటంటే, మానవజాతి తన అనుభవాన్ని ఆసరా చేసుకుని ప్రయోజనం పొందటంలేదు; గతంలో మాదిరే మళ్ళీ విధ్వంసం దిశగా గమనం కొనసాగిస్తున్నది.

మనం యుద్ధాలను చవిచూశాం. విజయమూ సాధించాం. విర్రవీగుతూ విజయోత్సవాలు :రుపుకున్నాం. అయినా విజయం అంటే ఏమిటి? దానికి కొలబద్ద ఏమిటి? నిర్దిష్ట లక్ష్యాల సాధనకోసం మామూలుగా యుద్ధాలు చేస్తారంటారు. శత్రువును పరాజయం పాలు చేయటమే లక్ష్యం కాదు. కాకపోతే అది లక్ష్యసాధన దిశలో ఉన్న అవరోధాన్ని తొలగించటం అవుతుంది.

ఖుతే ఎట్టకేలకు ఆ లక్ష్యాన్ని సాధించకపోతే శత్రువుపై సాధించిన విజయం మనకు
ఛ్చేది ప్రతికూల ఉపశమనం మాత్రమే; అసలు ఆ విజయం విజయమే కాదు. ఈ యుద్ధాల్లో
తువును జయించడమే ఏకైక లక్ష్యంగా కనిపిస్తుంది. అసలు లక్ష్యాన్ని విస్మరించడం మనం
మనించాం. ఫలితం ఏమిటంటే, శత్రువును ఓడించడం ద్వారా సాధించిన విజయం
క్షికమైనది మాత్రమే. ఆ పాక్షిక విజయం అసలు సమస్యను పరిష్కరించడం జరగలేదు.
విజయం ఒకవేళ తక్షణ సమస్యను సాధించింది అంటే, అదే సమయంలో ఆ విజయం
ంతకంటె అనేక దారుణ సమస్యలను సృష్టించింది. కనుక మన మనస్సుల్లో స్పష్టమైన
క్ష్యాలుండి తీరాలి. అది యుద్ధకాలం కావచ్చు, శాంతి సమయం కావచ్చు, స్పష్టమైన
క్ష్యాలను ఎంచుకోక తప్పదు. ఆ లక్ష్యాలను సాధించటమే మన సంకల్పంకావాలి...."

యుద్ధాలమీద నెహ్రూగారి ఆలోచనా ధోరణి చూశారు కదా. ఈ వాక్యాలు చదువుతోంటే ాంతిప్రియులకు, యుద్ధ వ్యతిరేకులకు గుండెలు బరువెక్కిపోతాయి. నెహ్రూ మాటల్లో ొప్ప అనుభూతి ఉంది. నెహ్రూని ఆదర్శంగా తీసుకుని కృషి చేస్తే మనమూ మంచి ప్రసంగ ాఠాలను తయారు చేసుకోవచ్చు. ఈ ప్రసంగ పాఠాలను కంపోజ్ చేయించి కాపీలను ిలేకరులకు పంపిణీ కూడా చేయించవచ్చు. వారికి మీ ప్రసంగాన్ని నోట్ చేసుకునే శ్రమ తప్పుతుంది. ఎక్కువగా రాయటానికి వీలవుతుంది. సాధనతో, తగినంత ప్రణాళికతో ముందుకు అడుగువేస్తే అనతి కాలంలోనే మంచి వక్తగా పేరు తెచ్చుకోవచ్చు. మన ప్రసంగ విషయాలు పత్రికల్లో కూడా ప్రచురితమై ప్రాచుర్యంలోకి రావచ్చు.

పత్రికా నిర్వహణ సమాచార వ్యాపారం

పత్రికల ప్రచురణ లక్ష్యాలు మారిపోయాయి. ఒకప్పుడు చాలా పత్రికలు స్వాతంత్ర్యోద్యమానికి చేయూతనివ్వటానికి స్థాపించినటువంటివి. ఇప్పుడు పత్రికా నిర్వహణ అనేది 'సమాచార వ్యాపారం'. కేవలం వ్యాపార దృష్టితోటే పత్రికలను నిర్వహిస్తున్నారు. ఉద్యమాల కోసం ఏర్పడిన పత్రికలంటూ ఇప్పుడు లేవు కనుక ఉద్యమస్ఫూర్తి ఎక్కడినుంచి వస్తుంది? సంపాదకీయాలద్వారా ఉద్యమాలను సమర్థించడం, సమర్థించకపోవడం అనేది ఆ పత్రికా యాజమాన్యం ప్రయోజనాలకు ఎంతమటుకు అనుగుణం అనేదాన్ని బట్టి ఉంటుంది.

పత్రికల్లో వార్తల ప్రచురణ ఉద్యమానికి బలం చేకూర్చిన సందర్భాలున్నాయి. బలమంటే ప్రజలలో చైతన్యం తీసుకురావటంకాదు. ప్రభుత్వ విధానాన్ని ప్రభావితం చేయడం. ఇందుకు 1993-94లో వచ్చిన మద్యనిషేధ ఉద్యమాన్ని ఉదహరించవచ్చు. పత్రికల్లో వచ్చిన ఉద్యమ ప్రాచుర్యం ప్రభుత్వ విధానాన్ని ప్రభావితం చేయగలిగింది. కానీ ప్రజలలో చైతన్యాన్ని పెంచలేదు. ఈ విషయంలో కూడా సంపాదకీయాల పాత్ర దాదాపు లేదనే చెప్పాలి.

- శ్రీ పొత్తూరి వెంకటేశ్వరరావు.

సభలూ, సమావేశాలు సక్సెస్ కావాలంటే...

బహిరంగ సభల నిర్వహణ వ్యయ, ప్రయాసలతో కూడినది. టెలివిజన్ ఛానెల్స్ ప్రభావం వలన ప్రజలు గడపదాటి బయటకు రావటం గగనమైంది. దీంతో బహిరంగ సభలు, సమావేశాలకు హాజరయ్యే వారి సంఖ్య అంతంత మాత్రంగా ఉంటోంది. బాగా తెలిసిన వక్త లేదా రాష్ట్ర, జాతీయ స్థాయి నాయకుడు పాల్గొంటున్న సభ అయినప్పుడో, స్థానికంగా ప్రభావం చూపే అంశంపై నిర్వహిస్తున్న సభ అయినప్పుడో మాత్రమే ప్రజలు కొంత ఆసక్తి కనపరుస్తున్నారు.

అయితే బహిరంగ సభ, సమావేశాల వలన కొన్ని ప్రయోజనాలున్నాయి. ఆ అంశం పట్ల లేదా పార్టీ పట్ల ఆసక్తి ఉన్నవారు, అంకితమైన వారు హాజరవుతారు. కనుక ప్రభావం ఎక్కువ ఉంటుంది. సభకు, సమావేశానికి జనమాధ్యమాల్లో ప్రచారం లభిస్తుంది. సమావేశ స్థలిలో కరపత్రాల వంటి వాటిని పంపిణీ చేయ వీలవుతుంది. ప్రజల మద్దతు కూడగట్టటానికి, కొత్త ఆలోచనలు అందచేయటానికి, వివాదాస్పద అంశాలపై ప్రజలను చైతన్య పరచటానికి, తాజా విషయాలను తెలియపరచటానికి సమావేశాలు ఉపకరిస్తాయి.

సమయం, సందర్భం ముఖ్యం

బహిరంగ సభ, సమావేశం నిర్వహించేటప్పుడు ఏ రోజున ఎన్ని గంటలకు దానిని నిర్వహిస్తున్నామన్నది చాలా ముఖ్యం. ప్రజలంతా ఆసక్తిగా ఎదురు చూస్తున్న క్రికెట్ మ్యాచ్ రోజున సభ నిర్వహిస్తే ప్రతిస్పందన ఉండదు. అదేరోజు ప్రజలను ఆకట్టుకునే మరో సభో, సమావేశమో ఇతరులు నిర్వహిస్తున్నట్లయితే మన సభకు ఆశించిన స్థాయిలో సభికులు ఉండకపోవచ్చు. జాతీయ, రాష్ట్రస్థాయి ప్రాముఖ్యంగల దినోత్సవాల రోజున మీరు సభ నిర్వహిస్తే ఫలితం ఉండదు. ఉదాహరణకు ఆగస్టు 15వ తేదీన ఎయిడ్స్‌పై అవగాహన సదస్సు ఏర్పాటు చేస్తే ప్రజలు ఎవరూ పెద్దగా స్పందించరు. పండగ రోజుల్లో కూడా సభలు, సమావేశాలకు రావటానికి ప్రజలు ఉత్సుకత చూపరు. సాధారణంగా సాయంత్రం వేళలు సభలు, సమావేశాలకు అనువుగా ఉంటాయి. సాయంత్రం ఆరు గంటలకు సభ ప్రారంభమయితే ఎనిమిది గంటలకల్లా ముగిసేట్లుగా ప్లాన్ చేసుకోవాలి. సభ రెండు గంటలకు మించి సాగితే కూచునే ఓపిక సభికులకు ఉండదు కనుక ఒక్కొక్కరే నెమ్మదిగా నిష్క్రమిస్తారు.

సమావేశ స్థలి: మనం నిర్వహిస్తున్న సభ లేదా సమావేశానికి ఎంతమంది వస్తారన్నది ముందు అంచనా వేసుకోవాలి. అలాగే ఆ సభా నిర్వహణపై ఎంతవరకు మనం ఖర్చు చేయగలం అన్నదీ ముఖ్యమే. ఏయే ప్రాంతాలనుంచి ప్రజలు రావలసి ఉంటుంది అన్న ఆలోచన కూడా అవసరం.

సమావేశ మందిరంకోసం అన్వేషించే ముందే ఈ ప్రశ్నలు వేసుకోవటం అవసరం. వంద కుర్చీలు ఉన్న హాలులో నలభైమంది మాత్రమే హాజరయితే హాలంతా సగం ఖాళీగా ఉన్నట్లు కనిపిస్తుంది. సాధ్యమైనంత వరకూ కుర్చీలు ఖాళీగా లేకుండా జాగ్రత్త వహించాలి. జాతీయ లేదా రాష్ట్రస్థాయి నాయకులు పాల్గొంటూ అనేక పట్టణాలనుంచి ప్రజలు తరలి వచ్చే అవకాశం

ఉన్నప్పుడు తదనుగుణంగా ఖాళీ మైదానాన్ని ఎంచుకోవాలి. మనం ఎంచుకున్న సమావేశస్థలి నలుగురికీ అందుబాటులో ఉందా? అక్కడకు రవాణా సదుపాయాలు ఉన్నాయా? అని ఆలోచించాలి. ఒకవేళ మారుమూల ప్రదేశంలో సభ నిర్వహిస్తున్నట్లయితే ఆ ప్రదేశానికి ఎలా చేరుకోవచ్చో వివరిస్తూ ఆహ్వాన పత్రాల వెనక రూట్ మ్యాప్‌ను ప్రచురించాలి.

సమావేశ మందిరం లేదా మైదానం విస్తీర్ణాన్ని బట్టి ఎన్ని మైకులు, లైట్లు, కుర్చీలు అవసరమో ముందే అంచనా వేసుకుని తదనుగుణంగా ఏర్పాట్లుచేయాలి. విద్యుత్ సరఫరాలో అంతరాయం ఏర్పడే ప్రమాదాన్ని ముందే ఊహించి ప్రత్యామ్నాయ ఏర్పాట్లతో సిద్ధం కావాలి. జనరేటర్లు లేదా బ్యాటరీల వంటి వాటిని స్టాండ్ బైగా సిద్ధం చేసుకోవాలి. జనం ఎక్కువగా వచ్చి తొక్కిసలాట జరిగే ప్రమాదం ఉన్నదనుకుంటే ముందే మైదానంలో గట్టి కర్రలతో ఎన్‌క్లోజర్స్ ఏర్పాటు చేసుకోవాలి. స్త్రీలు, పురుషులు వేర్వేరుగా కూర్చునే సౌలభ్యం కూడా కల్పించవచ్చు. పత్రికా విలేకరులకు, టీవీ ఛానెల్స్ వారికి ప్రత్యేకంగా సీట్లు కేటాయించాలి. టీవీ కెమెరామెన్‌కు సౌలభ్యంగా వేదిక ముందు కొంత స్థలం వదలాలి. సభికుల సంఖ్య ఎక్కువగా ఉన్నప్పుడు, సినిమా నటులు, లేదా రాజకీయ ప్రముఖులు సభలో పాల్గొన్నప్పుడు పోలీసు బందోబస్తును కోరాలి.

పరిమితంగా వక్తల సంఖ్య

సభలో వక్తల సంఖ్య ఎక్కువగా ఉంటే సభికులు అందరి ప్రసంగాలు ఓపిగ్గా వినటం కష్టం అవుతుంది. వేదికమీదకు వక్తలను ఆహ్వానించటం దగ్గరనుంచి కార్యక్రమం చివరలో వందన సమర్పణ వరకూ కార్యక్రమాన్ని వివరంగా రాసుకోవాలి. ఈ దిగువ పొందుపరిచిన కార్యక్రమ నమూనాను పరిశీలించండి.

వేదికమీదకు వక్తలకు ఆహ్వానం, పరిచయం

పుష్పగుచ్ఛాలు ఇచ్చేవారి

పేర్లు చదవటం	శ్రీ ఎం.సాంబశివరావు	10 ని॥
దీపారాధన	శ్రీమతి వసుంధర	5 ని॥
అధ్యక్షోపన్యాసం	శ్రీ కె.ఆర్.రంగారావు	20 ని॥
ప్రసంగాలు	1. శ్రీ కె.బి.తిలక్	15 ని॥
	2. శ్రీ ఆర్.ప్రసాద్	15 ని॥
	3. శ్రీ పి.నీలకంఠం	15 ని॥
ముఖ్య అతిథి ప్రసంగం	శ్రీ అక్కినేని నాగేశ్వరరావు	20 ని॥
జ్ఞాపికల ప్రదానం	శ్రీ ఆర్.మోహన్	10 ని॥
వందన సమర్పణ	శ్రీ మురళి	5 ని॥

ఇలా సభ ప్రారంభం నుంచి ముగిసేవరకూ వివరంగా రాసుకున్న కార్యక్రమ పత్రాలని వేదికమీద ఆశీనులైన వారందరికీ అందచేయటం మంచిది. ఓ ఫోల్డర్‌లో ఈ కార్యక్ర వివరాల పత్రాన్ని, దాంతో పాటే సంస్థ గురించి లేదా ఆ నిర్దిష్ట కార్యక్రమం గురించీ తె

బ్రోచర్లు లేదా నోట్‌ను అందజేయాలి.

ఇందువల్ల రెండు ప్రయోజనాలున్నాయి. తాము ఎవరి తర్వాత ప్రసంగించాల్సి వుంటుంది, ఎన్ని నిమిషాల్లో ప్రసంగం ముగించాల్సి ఉంటుంది అన్న విషయాలను తెలియచెప్పిన వారం అవుతాం. సంస్థ గురించి, కార్యక్రమం గురించి వక్తలు తెలుసుకునే వీలేర్పడుతుంది. కనుక వారి ప్రసంగాల్లో సంస్థ కృషి గురించి వక్తలు ప్రస్తావించటానికి సౌలభ్యం ఏర్పడుతుంది.

వక్తలను వేదికమీదకు ఆహ్వానించి, పుష్పగుచ్ఛాలు అందజేసిన తర్వాత 'కార్యక్రమాన్ని నిర్వహించ వలసిందిగా అధ్యక్షులవారిని కోరుతున్నాను' అని చెప్పి ఆహ్వానం పలికినవారు వేదిక దిగి రావచ్చు. సాధారణంగా పదుగురికీ తెలిసిన ముఖ్య అతిథి ప్రసంగాన్ని కార్యక్రమంలో చివర పొందుపరచాలి. అందువల్ల ఆయన ప్రసంగం వినటానికి సభికులు ఆసక్తిగా వేచి ఉంటారు. అలా కాకుండా సభా కార్యక్రమంలో ముఖ్య అతిథి ముందుగానే మాట్లాడేస్తే ఆయన ప్రసంగం పూర్తి కాగానే సభికులు కూడా వెళ్ళిపోయే ప్రమాదం ఉంది. కార్యక్రమ నిర్వహణలో బాధ్యతలు పంచుకున్నవారి చేత వేదికమీద ఆశీనులైన ప్రముఖులకు పుష్పగుచ్ఛాలు అందజేయటం ద్వారా తమకూ తగు గుర్తింపు లభించింది అన్న భావన వారిలో ఏర్పరచవచ్చు.

వక్తల ఎంపిక

సభ విజయవంతం కావటానికి ఆ సభలో వక్తలుగా ఎవరు పాల్గొంటున్నారన్నది ముఖ్యం. సభను ఏ సందర్భంలో నిర్వహిస్తున్నాం, ఏయే లక్ష్యాలతో నిర్వహిస్తున్నాం అన్నదాన్ని బట్టి వక్తల ఎంపిక జరగాలి. ఇప్పుడు అన్ని జీవన రంగాలను రాజకీయాలే శాసిస్తున్నాయి. ఈ కారణంగా రాజకీయ నాయకులు పాల్గొనే సభకు మీడియా కవరేజి కూడా బాగా ఉంటోంది. ఉదాహరణకు జర్నలిజం పుస్తకావిష్కరణ సభను ఉదాహరణగా తీసుకొని ఆలోచిద్దాం. ర్నలిజం పుస్తకాన్ని ఆవిష్కరించటానికి ముఖ్య అతిథిగా మంత్రిని పిలవచ్చు. ఆ పుస్తకాన్ని రిచయం చేయటానికి జర్నలిజంలో బాగా అనుభవం గడించి ఆ పుస్తకాంశంపై శ్లేషణాత్మకంగా మాట్లాడగలిగిన సీనియర్ జర్నలిస్టును ఆహ్వానించవచ్చు. సంస్థతో సన్నిహిత ంబంధాలు కలిగి, సమాజంలో ఓ హోదా ఉన్న వ్యక్తిని సభాధ్యక్షుడిగా ఎంపిక చేసుకోవచ్చు. ర్నలిజం పుస్తకం కనుక పత్రికల సంపాదకులు ఒకరిద్దరిని పిలవవచ్చు. సభావేదికపై నలుగురు లేదా ఐదుగురు వక్తలకు మించి ఉండకుండా ఉంటే బావుంటుంది. వేదిక మీద వక్తల సంఖ్య ఎక్కువగా ఉండి సభలో జనం పలచగా ఉంటే బావుండదు.

మన పట్టణంలో పెరిగిపోతున్న కాలుష్యం సమస్యపై ప్రజలను చైతన్యపరుస్తూ సభ నిర్వహించాలనుకోండి. కాలుష్య సంబంధ విషయాల్లో గట్టి పట్టుండి ఈ రంగంలో కృషి చేస్తున్న వ్యక్తిని ప్రధాన వక్తగా పిలవవచ్చు. కొన్ని సందర్భాల్లో కార్యక్రమాన్ని స్పాన్సర్ చేసిన సంస్థ సారధికి సభలో ప్రముఖ స్థానం కల్పించాల్సిన అవసరం ఏర్పడవచ్చు. ఆయనకు సభాధ్యక్ష స్థానం అప్పగించవచ్చు. అయితే కొన్ని సందర్భాల్లో సభాధ్యక్ష స్థానంలో ఉండి మొత్తం కార్యక్రమాన్ని అనుసంధిస్తూ నిర్వహించటం ఆయనకు అలవిగాని పని అని భావించినప్పుడు సభాధ్యక్ష స్థానంలో ఆయనను కూచోబెట్టి సభ కార్యక్రమ నిర్వహణకు

మరొకరిని ఎంపిక చేసుకోవచ్చు. సభా కార్యక్రమాన్ని మొదటినుంచి చివరివరకూ సమర్థంగా సమన్వయ పరిచే వ్యక్తులు జర్నలిస్టుల్లోనూ, సాంస్కృతిక సంస్థల్లోనూ ఉండవచ్చు. వారిని వెతికి పట్టుకోవాలి.

వక్తలతో ఉన్న సాన్నిహిత్యం, పరిచయాలను బట్టి స్వయంగా వెళ్ళి ఆహ్వానించాలా లేక ఫోన్‌లో పిలిచినా సరిపోతుందా అన్న విషయాన్ని నిర్ధారించుకోవాలి. బాగా సాన్నిహిత్యం ఉన్న వ్యక్తి అయితే ఫోన్‌లోనే విషయం చెప్పి కార్యక్రమానికి ఆహ్వానించవచ్చు. అలాకాకుండా స్వయంగా ‾ ఎలవటం మర్యాద అనుకున్నప్పుడు ఫోన్‌లో విషయం చెప్పి, ఎన్ని గంటలకు రమ్మంటారో అపాయింట్‌మెంట్ తీసుకుని వెళ్ళటం మంచిది. ఈ కార్యక్రమ తేదీని, సమయాన్ని వక్తల డైరీలో రాసుకునేలా శ్రద్ధ తీసుకోవాలి. అనుమతి పొందాక ఆహ్వాన పత్రాలను స్వయంగా అందచేయటమో లేదా పోస్ట్‌లో పంపటమో తప్పనిసరిగా చేయాలి సభ ఆ రోజు సాయంత్రం నిర్వహిస్తున్నట్లయితే ఉదయాన్నే అందరికీ ఫోన్లు చేసి కార్యక్రమం గురించి గుర్తు చేయాలి. అప్పుడే ఆహ్వాన పత్రాలు అందినదీ లేనిదీ వాకబు చేయవచ్చు.

సభకు వక్తలు తమంత తామే వస్తారా? లేక రవాణా ఏర్పాట్లు మనమే చేయాలా? అన్నది కూడా ముందు నిర్ధారించుకోవాలి. మన మిత్రుల్లో ఎవరికైనా కారుంటే అతడిని అడిగి కారు తీసుకోవచ్చు. లేకుంటే కారును అద్దెకు తీసుకోవచ్చు. సభ ముఖ్య నిర్వాహకులు ఆరోజు కార్యక్రమం హడావిడిలో ఉంటారు. కనుక కారులో వక్తల ఇళ్ళకు వెళ్ళి ముఖ్య నిర్వాహకులు తీసుకురావటం సాధ్యం కాదు. ఈ కారణంగానే వక్తల ఇళ్ళు ఎక్కడెక్కడ ఉన్నాయో ముందుగానే సహాయకుడికి స్వయంగా చూపించాలి. ఇందువల్ల నిర్ణీత సమయంలోగా ఆ సహాయకుడు కారులో అందరి ఇళ్ళను చుట్టబెట్టి సభావేదిక వద్దకు తీసుకు రాగలుగుతాడు. అలాకాకుంటే ఇళ్ళ వేటలో పుణ్యకాలం కాస్తా గడిచిపోయి సభా కార్యక్రమం నిర్ణీత సమయానికి ప్రారంభించటం కుదరదు. పైగా వక్తలు ఇంకా రాలేదేమిటి అన్న ఎదురు చూపులతో టెన్షన్ ఏర్పడుతుంది.

మెయిలింగ్ లిస్టు

తరచు సభలు, సమావేశాలు నిర్వహించేవారు మెయిలింగ్ లిస్టును రూపొందించుకోవటం అవసరం. మన కార్యక్రమాల పట్ల ఆసక్తి ఉన్నవారిని గుర్తించి వారి చిరునామాలను సేకరించి భద్రపరచాలి. ఫోన్ నంబర్లు అందుబాటులో ఉంటే ఫోన్‌లోనే ఇంటి చిరునామా లేదా ఆఫీసు చిరునామాను సేకరించవచ్చు. ఇలా సేకరించిన చిరునామాలను కంపోజ్ చేయించి పెట్టుకుంటే మంచిది. కంపోజ్ చేయించటంవలన ఒక పేజీలోనే చాలా చిరునామాలు వస్తాయి. అంటే ఓ రెండు వందల చిరునామాలు మూడు నాలుగు పేజీల్లో పొందుపరచవచ్చు. ఇలా చిరునామాల మాస్టర్ కాపీలను భద్రపరచుకుని అవసరమైనప్పుడు వాటిని జిరాక్స్ కాపీలు తీయించి ఉపయోగించవచ్చు. కార్యక్రమానికి నాలుగైదు రోజుల ముందే ఆ చిరునామాలను కత్తిరించి కవర్లపై అంటించే బాధ్యతను ఎవరైనా సహాయకుడికి అప్పగించాలి. మనం నిర్వహించే కార్యక్రమాలకు ఆహ్వానపత్రాలను స్టాండర్డ్ సైజులో ముద్రిస్తున్నట్లయితే వాటికి సంబంధించిన కవర్లను ముందుగానే ముద్రించుకోవచ్చు. అంటే ఆ కవరుపై సంస్థ

లోగో, పేరు, చిరునామాలను ముందే ముద్రించి సిద్ధం చేసుకోవచ్చు. లోపల ఆహ్వాన పత్రాలు ఆయా కార్యక్రమాలను బట్టి మారుతున్నా వాటిని పోస్ట్ చేసే కవరు మాత్రం మారదు. అంటే స్టాండర్డ్‌గా ఒకే తరహా కవరును ఉపయోగించటం వల్ల కవరు చూడగానే మన సంస్థ కార్యక్రమం అని అర్థమైపోతుంది. అలాగే ఎక్కువ సంఖ్యలో కవర్లను ముందే ముద్రించుకోవటంవల్ల కవర్ల ఖర్చు కూడా తగ్గుతుంది. మెయిలింగ్ లిస్టును అవసరమైనప్పుడు అప్‌డేట్ చేసుకుంటూ ఉండాలి. ఉదాహరణకు ఓ ఆఫీసరు బదిలీపై మరో ఊరికి వెళ్ళి ఉండవచ్చు. అలాంటప్పుడు ఆ పేరును మెయిలింగ్ లిస్టులోంచి తొలగించి మరో కొత్త పేరును చేర్చవచ్చు. సంస్థ స్థాయిని బట్టి లేదా కార్యక్రమ స్థాయిని బట్టి మెయిలింగ్ లిస్టు నిడివి ఆధారపడి ఉంటుంది. సాధారణంగా ఓ రెండువందల మందికి పోస్ట్‌లో ఆహ్వాన పత్రాలు పంపితే వారిలో ఓ నలభై యాభై మంది రావటానికి వీలవుతుంది.

కార్యక్రమానికి హాజరవుతున్నవారిలో కొత్తగా పరిచయాలు అవుతుంటాయి. ఆ పరిచయాలను పురస్కరించుకుని వారిని మెయిలింగ్ లిస్టులో చేర్చవచ్చు.

మీడియాలిస్టు

మెయిలింగ్ లిస్టుతో పాటే మీడియా లిస్టును కూడా వేరే సిద్ధం చేసుకోవాలి. మన పట్టణంలో లేదా నగరంలో ఉన్న పత్రికలు లేదా ఇతర ప్రచార సాధనాలు ఏమిటి? ఆయా మాధ్యమాల విలేకరులు, ఫొటోగ్రాఫర్లు ఎవరు? అన్నది సభ నిర్వాహకులు తెలుసుకుని ఉండాలి. సాధ్యమైనంత వరకూ వారితో వ్యక్తిగత పరిచయాలను ఏర్పరచుకోవటం మంచిది. వారిని పేరుపెట్టి పిలవగలగాలి. వారు ప్రాతినిథ్యం వహిస్తున్న పత్రిక, ఆ పత్రికలో వారి హోదా, స్థాయి, అభిరుచులు కూడా తెలుసుకుని ఉండాలి. పెద్ద పత్రికలు మల్టీ ఎడిషన్లతో విస్తరిస్తున్నాయి. మరికొన్నాళ్ళు పోతే ప్రతి జిల్లాకు ఒక ప్రచురణ కేంద్రం అందుబాటులోకి వస్తుంది. మీ ఊళ్ళో పత్రిక ప్రచురణ కేంద్రం ఉన్నట్లయితే కార్యక్రమ ఆహ్వాన పత్రాన్ని బ్యూరో చీఫ్ పేర్న పంపవచ్చు. జిల్లా అనుబంధాలు వచ్చాక ఆయా ప్రాంతాల విశేషాలను కవర్ చేయటానికి అన్ని పత్రికలు పార్ట్‌టైమ్ విలేకరులను నియమించాయి. హైదరాబాద్ వంటి నగరంలో ఒక్కో సమావేశ స్థలికి సంబంధించిన విశేషాలను కొంతమంది విలేకరులు కవర్ చేస్తుంటారు. ఉదాహరణకు హైదరాబాద్‌లోని త్యాగరాయ గానసభలో నిత్యం ఏదో ఒక కార్యక్రమం జరుగుతుంటుంది. త్యాగరాయ గానసభ విశేషాలను కవర్ చేయటానికి కొంతమంది విలేకరులు కేటాయించబడి ఉంటారు. మనం త్యాగరాయ గానసభలో కార్యక్రమం నిర్వహిస్తున్నట్లయితే సంబంధిత విలేకరులకు ఆహ్వాన పత్రాలు అందజేసినా సరిపోతుంది. కార్యక్రమం పెద్ద ఎత్తున నిర్వహిస్తున్నప్పుడు, దానికి రాష్ట్రస్థాయి ఉన్నప్పుడు మాత్రం కార్యక్రమ విశేషాలను కవర్ చేయటానికి స్టాఫ్ రిపోర్టర్‌ను పంపవచ్చు. అలాంటప్పుడు పట్టణంలోని స్టాఫ్ రిపోర్టర్‌కు లేదా ప్రచురణ కేంద్రం ఉన్నట్లయితే బ్యూరో చీఫ్‌కు ఆహ్వాన పత్రాలు పంపాలి. బ్యూరో చీఫ్ ఆ కార్యక్రమాన్ని కవర్ చేయవలసిందిగా తనకింద పనిచేసే విలేకరికి బాధ్యత అప్పగిస్తారు. పెద్ద కార్యక్రమం అయివుండి, వక్తలు రాష్ట్ర లేదా జాతీయస్థాయి గలవారయితే పత్రికవారే ఫోటో గ్రాఫర్‌ను పంపి ఫోటోలను కూడా తీయిస్తారు.

చిన్న కార్యక్రమాలకు పత్రికల ఫొటోగ్రాఫర్లు అందుబాటులో ఉండరు కనుక ్వాహకులు ప్రత్యేకంగా ఫొటోగ్రాఫర్‌ను నియమించుకుని ఫొటోలను తీయించి వెంటనే త్రికలవారికి అందజేయాలి. పెద్ద పట్టణాల్లో ఫ్రీలాన్స్ ఫొటోగ్రాఫర్లు అందుబాటులో ంటారు. పత్రికలకు ఏ తరహాలో ఫొటోలు తీస్తే బావుంటుందో వారికి అవగాహన ంటుంది. సభా కార్యక్రమానికి సంబంధించిన ముఖ్య ఘట్టం తాలూకు ఫొటోను మనకు వాల్సిన కాపీలను తీయించి ఇవ్వాల్సిందని ఫొటోగ్రాఫర్‌కు ముందే చెప్పాలి. కార్యక్రమం ర్తయ్యేవరకూ ఫొటోగ్రాఫర్ ఎంగేజ్ అయివుంటే పత్రికలకు ఫొటోలు అందజేయటం లస్యం కావచ్చు. ఈ ఆలస్యాన్ని నివారించటానికి కొందరు ఫొటోగ్రాఫర్లు తమ హాయకులను కూడా వెంట తెచ్చుకుంటారు. కార్యక్రమ విశేషాలను, నిర్వాహకుల ల్బమ్‌కోసం వివరంగా ఒకరు ఫొటోలు తీస్తుంటారు. కార్యక్రమ ముఖ్య ఘట్టం-దాహరణకు దీపారాధన కావచ్చు, పుస్తకావిష్కరణ కాచ్చు, రిబ్బన్ కత్తిరింపు కావచ్చు-ఫొటో తీసి వెంటనే ప్రింట్లు వేయించటానికి మరొకరు సన్నద్ధం అవుతారు.

కొన్నిసార్లు ఏదైనా సాంస్కృతిక సంస్థ మన కార్యక్రమాన్ని నిర్వహించవచ్చు. ఉదాహరణకు మీరు రాసిన పుస్తకాన్ని ఆవిష్కరించే కార్యక్రమాన్ని తాము నిర్వహిస్తామని మీతో పరిచయం కారణంగా ఓ సాంస్కృతిక సంస్థ ముందుకు రావచ్చు. కార్యక్రమాన్ని వారు నిర్వహిస్తున్నప్పుడు ఫొటోగ్రాఫర్‌ను, వీడియోగ్రాఫర్‌ను కూడా వారే ఏర్పాటు చేస్తారు. సాధారణంగా ఫొటోగ్రాఫరయినా, వీడియోగ్రాఫరయినా తమకు ఆ బాధ్యత అప్పగించిన వారిపైనే ఎక్కువగా దృష్టి కేంద్రీకరిస్తారు. మీరు రాసిన పుస్తకం ఆవిష్కరణ సభ అయినప్పటికీ వీడియోలోనూ, ఫొటోల్లోనూ మీరెక్కడా ప్రముఖంగా కన్పించకపోవచ్చు. ఆ సాంస్కృతిక సంస్థ సారధి హైలెట్ కావచ్చు. ఈ విషయాన్ని దృష్టిలో పెట్టుకుని తదనుగుణంగా మెలగాలి. అవకాశం ఉంటే ఫొటోగ్రాఫర్‌ను, వీడియోగ్రాఫర్‌ను మీరు ఏర్పాటు చేసుకోవచ్చు.

ఎంగేజ్‌మెంట్ కాలమ్స్

పత్రికలకు ఆహ్వానపత్రాలు పంపేటప్పుడు ఎంగేజ్‌మెంట్ కాలమ్‌లో ప్రచురణకోసం వేరుగా ఆహ్వానపత్రం పంపటం మంచిది. రేపు కార్యక్రమం జరుగుతుంటే ఈరోజు ఆహ్వానపత్రం ఎంగేజ్‌మెంట్ కాలమ్‌కోసం పంపాలి. ప్రచురణ కేంద్రం మన పట్టణంలో ఉంటే నేరుగా పత్రికా కార్యాలయానికి పంపవచ్చు. కవర్‌పై ఓ మూల ఎంగేజ్‌మెంట్ కాలమ్‌లో ప్రచురణకోసం అని రాసి డెస్క్ ఇన్‌ఛార్జ్, ఫలానా జిల్లా డెస్క్, పత్రికపేరు రాసి పంపాలి. ఇందువల్ల ఈ ఆహ్వానపత్రం ఎంగేజ్‌మెంట్ కాలమ్ చూసే సబ్‌ఎడిటర్ల దగ్గరకు నేరుగా చేరే వీలుంటుంది. అవసరమైతే అన్ని పత్రికలకు సకాలంలో ఆహ్వానపత్రాలు అందించటానికి సహాయకుడిని నియమించుకోవాలి. ఎంగేజ్‌మెంట్స్‌లో మన కార్యక్రమం తాలూకు విశేషాలు ప్రచురితమైతే, పత్రికద్వారా ఆ విషయం తెలుసుకున్నవారు సభకు హాజరవుతారు. వక్తలు కూడా పత్రికలో ఆ కార్యక్రమ వివరాలు చూసి సంతోషిస్తారు.

బాధ్యతల అప్పగింత

ఒక కార్యక్రమం ఏ లోటుపాట్లు లేకుండా సజావుగా సాగాలంటే బాధ్యతల పంపిణీ

అనేది అత్యవసరం. కొంతమంది నిర్వాహకులు అన్ని పనులు తామే చూసుకోవాలనుకుంటారు. ఇతరులకు పని అప్పగిస్తే వారు ఆ బాధ్యతను సక్రమంగా నిర్వర్తించరనో లేదా తమ చేతుల్లోనే అన్నీ పెట్టుకోవాలన్న ఆరాటంతోనో ఎవరికీ ఏ పనీ అప్పగించరు. ఇందువల్ల తమకు ఏ పనీ చెప్పలేదని ఉత్సాహంగా పనులు చేయటానికి ముందుకు వచ్చే వారు కూడా పట్టీపట్టనట్లు ఉండిపోతారు. ఇలా కాకుండా మొత్తం చేయాల్సిన పనులను కాగితంమీద రాసుకోవాలి. ఏ పనిని ఎవరికి అప్పగిస్తే బావుంటుందో ఆలోచించాలి. పనుల అప్పగింతలో ఎదుటివారి అభిరుచులను కూడా పరిగణనలోకి తీసుకోవాలి. ఆహ్వానపత్రాలు అచ్చువేయించి తీసుకురావటం కొందరికి ఉత్సాహంగా ఉండవచ్చు. పూలదండలను ఎంపిక చేసి తీసుకురావటం మరికొందరికి ఆసక్తికరం కావచ్చు. సభలు, సమావేశాల్లో పనులను ఇలా వర్గీకరించుకోవచ్చు.

1. అతిథులను స్వయంగా కలిసి ఆహ్వానించడం 2. హాలును బుక్ చేయటం 3. ఆహ్వాన పత్రాల రూపకల్పన, ముద్రణ, పంపిణీ, 4. హాల్లో కుర్చీల ఏర్పాట్లు 5. వేదిక ఏర్పాట్లు (వేదికపై వాటర్ బాటిల్స్ వంటివి విధిగా ఉంచాలి. అలాగే దీపారాధన కార్యక్రమం ఉంటే అందుకు అన్నీ సిద్ధం చేయాలి. నూనె, వత్తులు, కొవ్వొత్తి, అగ్గిపెట్టె వేదికపై కట్టే బ్యానర్ వక్తల సంఖ్యకు అనుగుణంగా కుర్చీలు, మైకు, కరెంట్ సరఫరాకు అంతరాయం ఏర్పడితే స్టాండ్‌బైగా బ్యాటరీ లేదా జనరేటర్ వక్తల సంఖ్యకు తగినట్లు పుష్పగుచ్ఛాలు) 6. వక్తలు రాగానే వేరే ప్రత్యేక గదిలో కూచోబెట్టి వారికి అల్పాహారం ఏర్పాటు చేయవచ్చు. 7. సభ ప్రారంభానికి ముందు ముఖ్యులకు స్వాగతం పలికి తీసుకురావటానికి ఓ వ్యక్తి.

ఇలా చేయాల్సిన పనులను వర్గీకరించుకుని సమర్థులకు బాధ్యతలను పంపిణీ చేయటంద్వారా ఎటువంటి పొరబాట్లు లేకుండా సభను సాఫీగా నిర్వహించటానికి వీలవుతుంది.

మీడియా కవరేజి

సభకు అన్ని పత్రికల విలేకరులు వస్తారన్న హామీ ఏమీలేదు. ఏ పత్రిక నుంచి విలేకరి రాలేదో గుర్తించి ఆయా పత్రికలకు మనమే కార్యక్రమ విశేషాలను నోట్ చేసుకుని పత్రికా ప్రకటనను, ఫోటోను పంపటానికి ప్రత్యేక ఏర్పాట్లు చేయాలి. ఇందుకోసం జర్నలిజంలో ఆసక్తి ఉన్న వ్యక్తిని ఎంపిక చేసుకుని కార్యక్రమ విశేషాలను నోట్ చేసుకుని, పత్రికా ప్రకటన రూపొందించే బాధ్యత అప్పగించాలి. ఈ పత్రికా ప్రకటనను సంస్థ లెటర్‌ప్యాడ్‌పై టైప్ చేయించి లేదా కంపోజ్ చేయించి సిద్ధం చేసుకోవాలి. సభ ముగియగానే ఆలస్యంలేకుండా ప్రకటన కాపీలు సిద్ధం చేసి ఆయా పత్రికా కార్యాలయాలకు ఫోటోలతో సహా చేరేట్లు చూడాలి.

సభ ముగిశాక

సభ ముగిశాక అద్దెకు తెచ్చిన సామానును తిరిగి ఇచ్చేసి వాటి తాలూకు అద్దె చెల్లించాలి. ఈ విషయంలో శ్రద్ధ లోపిస్తే మరో రోజుకు కూడా అద్దె కట్టాల్సి రావచ్చు. అలాగే సభకు హాజరైన వక్తలకు, ఇతర ముఖ్యులకు ధన్యవాదాలు తెలుపుతూ ఉత్తరాలు రాయాలి. మున్ముందు కూడా మీ సహాయ, సహకారాలు ఇలాగే కొనసాగించాలని ఆకాంక్షిస్తున్నాం

టూ ఆ ధన్యవాద లేఖలో పేర్కొనాలి. ఫోన్‌లో కూడా మాట్లాడి థాంక్స్ చెప్పవచ్చు. ్నాడు అన్ని పత్రికలు తెప్పించుకుని కార్యక్రమం కవరేజికి సంబంధించిన వార్తలను రించి ఫైల్ చేసుకోవాలి. ఈ వార్తల క్లిపింగ్స్‌ను జిరాక్స్ తీయించి వాటి నకళ్ళను సభలో ్గొన్న వక్తలకు ధన్యవాదాలు తెలిపే లేఖతో పాటు జతచేసి పంపవచ్చు.

సమావేశం అయ్యాక ఒకటి రెండు రోజుల్లో సమావేశ నిర్వహణలో పాలుపంచుకున్న ర్యకర్తలతో ఇష్టాగోష్ఠి సమావేశం నిర్వహించి కార్యక్రమ నిర్వహణపై సమీక్ష జరపాలి. నుకోకుండా జరిగిన లోటుపాట్లు ఏమైనా ఉంటే వాటిని మదింపు చేయాలి. ఆ తరహా 'రబాట్లు భవిష్యత్తులో తలెత్తకుండా నివారణ మార్గాలను అన్వేషించాలి. కార్యకర్తల్లో ఎవరైనా సంతృప్తిగా ఉంటే ఆ అసంతృప్తికి కారణాలను తెలుసుకుని, బుజ్జగించే ప్రయత్నం చేయాలి. దిమంది సహకారం లేకుండా, పదిమందిని కలుపుకుపోకుండా ఏ కార్యక్రమాన్నీ ;యప్రదంగా నిర్వహించలేమన్న విషయాన్ని గుర్తించాలి.

అంతర్గత సమావేశాలు

బహిరంగ సభలు, సమావేశాలకు అంతర్గత సమావేశాలకు చాలా తేడా ఉంది. అంతర్గత సమావేశాలనేవి సంబంధిత ముఖ్యులతో తదుపరి కార్యాచరణకు, వ్యూహరచనకు జరుపుతాం. ఏ సంస్థకయినా ఈ అంతర్గత సమావేశాలనేవి కీలకం. క్రియాశీల సభ్యులను చైతన్యపరచటానికి, వారి ఆలోచనలను కలబోసుకుని కొత్త కార్యక్రమం రూపకల్పన చేయటానికి ఇవి బాగా ఉపకరిస్తాయి.

అంతర్గత సమావేశాల్లో కూడా ఒక్కోసారి ఆవేశకావేషాలు పెల్లుబకవచ్చు. అసంతృప్తులు బయటపడవచ్చు. ప్రతి ఒక్కరూ మాట్లాడటానికి ప్రయత్నించవచ్చు. ఈ కారణాలదృష్ట్యా అంతర్గత సమావేశాన్ని ఎంతమందికి పరిమితం చేయాలి, ఎవరెవరిని ఆహ్వానిస్తే సరిపోతుంది అన్న విషయాలను ముందుగానే బేరీజు వేసుకోవాలి.అంతర్గత సమావేశాలు నిర్వహించేటప్పుడు కూడా పిలిచే సభ్యులను బట్టి హాలు లేదా సంస్థగదిని ఎంపిక చేసుకోవాలి. సమావేశానికి తగినంత ముందుగానే సభ్యులకు సమాచారం పంపాలి. సమావేశం ఏ నేపథ్యంలో నిర్వహిస్తున్నదీ, ఏయే అంశాలు ప్రధానంగా చర్చకు చేపట్టబోతున్నది వివరంగా నోట్ రూపంలో పొందుపరిచి సభ్యులకు ముందుగానే పంపాలి. ఫోన్‌ద్వారా కూడా సంప్రదించి ఫలానా విషయాలపై ఆలోచించి తగు ప్రతిపాదనలతో సమావేశానికి రావాల్సిందని కోరాలి.

నిర్ణీత ఎజండా లేకపోతే అంతర్గత సమావేశం సాధించేదేమీ ఉండదు. ఈ సమావేశం కూడా రెండు గంటల వ్యవధికి మించకుండా ఉంటే మంచిది. సభ్యులందరికీ అనువైన రోజు ఈ సమావేశం జరపాలి. అందరికీ ఆసక్తి కల్గించే అంశాన్ని ఎజండాలో ముందుగా చేపట్టాలి. అంతర్గత సమావేశాలు సజావుగా జరిగి, సానుకూల ఫలితాలను సాధించాలంటే, అందరినీ కలుపుకు వెళ్ళే సమన్వయ కర్త అవసరం. ఈ సమన్వయ కర్తే అంతర్గత సమావేశానికి అధ్యక్షులుగా వ్యవహరించవచ్చు. చర్చలు పక్కదారి పడుతుంటే మళ్ళీ ట్రాక్ మీదకు విషయాన్ని మళ్ళించి ఆశించిన ఫలితాలను రాబట్టే నేర్పు అధ్యక్షుడికి ఉండాలి. ఒకవేళ ఏదైనా విషయంపై ఆ సమావేశంలో నిర్ణయానికి రాలేకపోతే ఆ అంశాన్ని తదుపరి సమావేశంలో చర్చకు వాయిదా

వేయాలి. సమావేశంలో పాల్గొన్న ప్రతి ఒక్కరికీ మాట్లాడే అవకాశం కల్పించాలి. ప్రతి సభ తగినంత హోమ్‌వర్క్ చేసినప్పుడే సమావేశం ఫలప్రదమవుతుంది. అసంతృప్త జీవులె ఉంటే సమావేశానికి ముందు వారి అసంతృప్తిని పారదోలటానికి సభాధ్య ప్రయత్నించవచ్చు. ఇందువల్ల సమావేశం సాఫీగా సాగటానికి వీలవుతుంది.

చాలామంది సభ్యులు వ్యక్తిగత వ్యాపకాల కారణంగా సంస్థ నిర్వహించే కార్యకలా చురుగ్గా పాల్గొనలేకపోవచ్చు. దీన్ని గమనించి వారిని క్రియాశీలం చేసే విషం ఆలోచించాలి. అవసరమైతే సంస్థలో ఏదైనా పదవి అప్పగిస్తే ఫలితం ఉంటుందేమో ఆలోచించాలి.

సభలు, సమావేశాలు, అంతర్గత సమావేశాలనేది తగినంత జాగ్రత్తలు తీసుకుని నిర్వ సంస్థను మరింత ముందుకు తీసుకువెళ్ళి, బలోపేతం చేయవీలవుతుంది. కార్యకలాపాలకు సంబంధించి, పత్రికలలో తగు ప్రచారం కూడా పొందవచ్చు.

సెమినార్ నిర్వహించడం ఎలా?

సెమినార్లు నిర్వహించటంద్వారా కూడా ప్రచారం పొందటం సాధ్యమే. పాతికేళ్ళకు ష సెమినార్ల పరిధి చాలా పరిమితంగా ఉండేది. ఫార్మాస్యూటికల్ కంపెనీలు, యూనివర వారు మాత్రమే సెమినార్లు జరిపేవారు. ఇవాళ వీటి పరిధి పెరిగింది. 'ఇందుగలడందుల సందేహం వలదు' అన్నట్లు దేనిపైనయినా సెమినార్ నిర్వహించొచ్చు. సెమినార్ గోష్ఠి లేక సదస్సు. ఒకే అంశంపైన నలుగురైదుగురు ప్రసంగిస్తారు. ప్రతి అంశం మంచి చెడ్డలుంటాయి. సాధకబాధకాలుంటాయి. అనుకూలతత్వమూ ఉంటుంది, ప్రతి తత్వమూ ఉంటుంది. నలుగురైదుగురు ఒకే అంశంపైన వివిధ కోణాలనుంచి ప్రస ఆ అంశం గురించి శ్రోతలకు ఒక సమగ్ర చిత్రం కనిపించే అవకాశం ఉంది. సెమి నిర్వహణకు కొంత ప్లానింగ్ అవసరం. సెమినార్ నాలుగైదు గంటలపాటే జరి నిర్వాహకుడు కనీసం 15 రోజులపాటైనా హోంవర్క్ చేయాల్సి ఉంటుంది. సెమి కథాక్రమం-

1. అంశం ఎంపిక: అంశం ఎప్పుడూ సరికొత్తదిగా ఉండాలి. పాతచింతకాయ ప పనికిరాదు. ప్రస్తుతం పదిమంది నోట్లో నలుగుతున్న సమస్య లేక వివాదం అం ఆసక్తికరంగా వుంటుంది. ఉదాహరణకు- ఇటీవల టెన్త్ క్లాస్ పరీక్షల్లో మాస్ కాపీం అనే మాల్ ప్రాక్టీస్‌ను అరికట్టేందుకు మన రాష్ట్రప్రభుత్వం జంబ్లింగ్ పద్ధతిని ప్రవేశపెట్టి లోగడ ఒక స్కూలుకు చెందిన విద్యార్థులను ఒకేచోట కూచోపెట్టి పరీక్ష రాయించేవ ఇప్పుడా పద్ధతికి స్వస్తి చెప్పి పదిపన్నెండు స్కూళ్ళ విద్యార్థులను ఒకేచోట పడేసి పరీ రాయమంటారు. అంటే గన్నవరం విద్యార్థి పక్కన ఉంగుటూరు విద్యార్థి. ఈ విద్యార్థి ప తేలప్రోలు విద్యార్థి. ఈ అబ్బాయి పక్కన మరో వూరి విద్యార్థి కూచుని పరీక్ష రాస్తారు. ప పరిచయంలేని విద్యార్థులు ఒకచోట కూచుని పరీక్ష రాయాలన్నమాట. పరీక్షల విద్యార్థులకు, టీచర్లకు, తల్లిదండ్రులకు- ఇంతమందికి సంబంధించినవి కనుక ఇదో సామా సమస్య. దీనిపై సెమినార్ నిర్వహిస్తే వివిధ వర్గాలవారికి సబ్జక్ట్ ఆసక్తికరంగా ఉంటుం

తెలంగాణ జిల్లాల్లో వందలాది పత్తిరైతులు వరుసగా ఆత్మహత్యలు చేసుకున్నారు. దీనికి కారణం 'మాస్ హిస్టీరియా' అని సైక్రియాటిస్టు సెలవిచ్చాడు. ఇదికూడా మానవాసక్తి అంశమే. వ్యవసాయంతోపాటు ఆత్మహత్యా ధోరణి క్రమాన్ని వివిధ కోణాలనుంచి స్పృశించొచ్చు.

2. వక్తల ఎంపిక: వక్తల ఎంపికలో చాలా జాగ్రత్తలు తీసుకోవాలి. నలుగురు వక్తల్ని ఆహ్వానిస్తే నలుగురూ నాలుగు కోణాలనుంచీ మాట్లాడగల వారయివుండాలి. వాళ్ళకు ముందే చెప్పాలి - మీరు ఫలానా విధంగా మాట్లాడండి అని. సమయం కూడా చెప్పాలి. వీలయితే రాసుకురమ్మని చెప్పాలి.

3. ముఖ్య వక్తను కీనోట్ స్పీకర్ అంటారు. అది మీరే అయితే మంచిది. పత్రికవారు కీనోట్ ప్రసంగానికి ఎక్కువ ప్రాధాన్యమివ్వటం రివాజు.

4. పత్రికలవారందరికీ ఆహ్వానాలు పంపాలి. విలేకర్లకే కాదు ఎడిటోరియల్‌లో పనిచేసే ప్రూఫురీడర్లనుంచి ఎడిటర్ దాకా అందర్నీ ఆహ్వానించాలి.

5. వక్తలు రాసుకొచ్చిన ప్రసంగాల ప్రతులను విలేకరులకు మాత్రమే అందజేయాలి. సెమినార్ ముగిసాక ఆ ప్రసంగ పాఠాలను ఎడిట్‌చేసి (ముఖ్యంగా సంక్షిప్తం చేయాలి. చిన్న వాక్యాలుగా మార్చాలి. పత్రికల శైలికి అనుగుణంగా మార్చాలన్న మాట) వివిధ పత్రికలకు ప్రచురణకోసం పంపాలి. కనీసం కొన్ని పత్రికలయినా వేయకపోవు. మీకు ప్రచారం అవసరమైనట్లే, పత్రికలవారికి వార్తలూ, వ్యాఖ్యలూ, ఎడిట్ పేజీకి వ్యాసాలూ, లేఖలూ అవసరం. వ్యాసం చివరన బ్రాకెట్‌లో (ఏప్రిల్ 10న ప్రెస్‌క్లబ్‌లో చేతన సంస్థ నిర్వహించిన సెమినార్‌లో చదివిన వ్యాసం) అని రాయాలి. రచయిత పేరుతోపాటు చివరన ఇలా రాయటం అవసరం. ఆ వ్యాసాలు సమగ్రమైనవైతే పుస్తకంగా కూడా ప్రచురించొచ్చు. సెమినార్ నిర్వహణకు కనీసం రెండు మూడు వేల రూపాయలు ఖర్చుయ్యే మాట నిజమే అయినా దీనివల్ల మంచి ప్రచారం లభిస్తుంది.

సెమినార్ స్మిత్

వెనకటికి బ్రిటన్‌లో స్మిత్ అనే పెద్దమనిషి ఉండేవాడట. ఆయనగారు ప్రతి తాజా వివాదంపైనా, సమస్యపైనా వెనువెంటనే సెమినార్ నిర్వహించేవాడట. కొన్నాళ్ళకు ఆయన్ను పత్రికలవారితో సహా అందరూ సెమినార్ స్మిత్ అనడం ప్రారంభించారట. అది నిజంగా గర్వించతగిన విషయమే మరి.

ఓట్లపైనే ధ్యాసంతా

అప్పట్లో ప్రజలముందు లక్ష్యం ఉండేది. ఇప్పుడు జాతికి సమష్టి లక్ష్యాలంటూ లేవు. లక్ష్యాలంటూ ఉంటే అవన్నీ వైయక్తికమైనవే. జాతికి లక్ష్యం ఇవ్వాలనే ప్రయత్నం కూడా ఎవరూ చేయడంలేదు. ఇప్పుడు నాయకులను ప్రజలే నడిపిస్తున్నారు. ఓటర్లకు ఏది ఉపయోగమో నాయకులు చూడటం లేదు. ఓట్లు రాబట్టుకోవటానికి ఏది ఉపయోగమో చూస్తున్నారు. ఈ పరిస్థితిని మార్చటంలో పత్రికలు చేసిందేమీ లేదు.

- శ్రీ పొత్తూరి వెంకటేశ్వరరావు

పదిమందినీ కూడగట్టగలరా?

ప్రజలు ఎదుర్కొంటున్న సమస్యలపై ఉద్యమాలను చేపట్టడంద్వారా ఆ సమస
పరిష్కారానికి రాజకీయ పార్టీలు లేదా స్వచ్ఛంద సంస్థలు పాటుపడవచ్చు. ఈ క్రమం
ప్రజల మద్దతును పొందడంతోపాటు, ప్రచార సాధనాల ద్వారా మంచి ప్రచారాన్ని కు
పొంద వీలవుతుంది.

ప్రజలు ఎదుర్కొంటున్న సమస్య పెద్దది కావచ్చు. చిన్నది కావచ్చు. ఒక నెల
పరిష్కారమయ్యేది కావచ్చు. ఏళ్ళతరబడి పోరాటం సాగించాల్సి రావచ్చు. అయితే
సమస్యకు తొలి అడుగు మాత్రం ఒకటే. ఆ సమస్యను గుర్తించి ప్రజలను సంఘ
పరచగలగాలి. అనేక సమస్యలు అపరిష్కృతంగా ఉండవచ్చు. అలా అనిచెప్పి ప్రతి సమ
మీదా ఉద్యమాలను, ఆందోళనలను చేపట్టటం వ్యర్థం. ఘాటైన ఓ నిరసన ఉత్తర
పరిష్కారం అయ్యే సమస్యకు ప్రజలను సంఘటిత పరిచి ఉద్యమాలు చేపట్టటం వి
కాదు. గోటితో పోయే సమస్యకు గొడ్డలిదాకా వెళ్ళకూడదు.

ఏ సమస్యను చేపట్టాలి?

మనం ఏదైనా సమస్యపై ఆందోళనకు దిగేముందు మొత్తంమీద ఆ సమస్యపట్ల వి
ప్రజానీకం ఆమోదం ఉండితీరాలి. ఆందోళనకు ప్రజలు స్పందించేదిగా సమస్య ఉం
ఆందోళన అంశాలను ఎంచుకోవటానికి కొన్ని సూత్రాలను ప్రాతిపదికగా చేసుకోవచ్చు.

మనం ఆందోళనకు చేపట్టే సమస్యకు భూమిక సమాజం అయివుండాలి
ఆందోళనలోనూ నేలవిడిచి సాము చేయటం సాధ్యంకాదు. ఆ సమస్యపట్ల ప్రజల స్పం
ఎంత తీవ్రంగా ఉందో ముందుగానే బేరీజు వేసుకోవాలి. ఆ సమస్యకు సంబంధిం
భిన్నాభిప్రాయాలను క్రోడీకరించాలి. ఆ సమస్య ఉత్పన్నం కావటానికి దారితీసిన పరిస్థితు
దోహదపడిన అంశాలను పరిగణనలోకి తీసుకోవాలి. ఉద్యమం చేపడితే ఎంతమ
ప్రజానీకం మనతో కలిసి నడుస్తారన్నది అంచనా వేయాలి.

నిరాశవద్దు: రెండువందల ఏళ్ళపాటు భారత్‌ను పరిపాలించిన బ్రిటిషువారిని మ
తరిమికొట్ట గలిగాం. ఆదిలో సమస్య పరిష్కారం అసాధ్యం అన్పించవచ్చు. సుదీర్ఘపోరాట
జరపాల్సి రావచ్చు. ఇప్పట్లో ఆ సమస్యకు పరిష్కారం సాధించలేమన్న నిరాశతో అస
ఆందోళన చేపట్టకపోవటం వివేకం కాదు. ప్రతి సమస్యా ఆందోళన చేపట్టీ చేపట్ట
పరిష్కారం అవుతుందని ఆశించటం అత్యాశే అవుతుంది. ప్రజల విశాల ప్రయోజనాలకో
సుదీర్ఘ పోరాటాలకు సైతం సన్నద్ధం కావలసి రావచ్చు.

మంచి సమస్యకు కొలమానాలు

అందోళనకు చేపట్టబోయే సమస్య ప్రజలకు పట్టేదిగా ఉండాలని చెప్పుకున్నాం.
సమస్య ఎంత జటిలమైనదైనా ప్రజలకు సూటిగా, సరళంగా విడమరిచి చెప్పగలిగినప్పు
వారిని కలుపుకుని పోగలుగుతాం. కొత్తగా ఏదైనా సంస్థను లేదా పార్టీని స్థాపించినప్పు

అనేక విషయాలను ఒకేసారి చేపట్టటానికి బదులు ఒక అంశానికే పరిమితం కావటం మంచిది.

మనం చేపట్టే సమస్య పరిష్కారం అయితే, అది ప్రజల జీవనాన్ని మెరుగుపరిచేదిగా ఉండాలి. సంస్థ పురోభివృద్ధికి దోహదకారి కాగలగాలి. చేపట్టే ఆందోళన చేయిదాటిపోయేదిగా ఉంటే సంస్థకు, ప్రజలకు తీరని నష్టం వాటిల్లుతుంది. మనం ఏదైనా సమస్యను ఆందోళనకు చేపడితే నిర్దిష్ట పరిష్కార మార్గాలు కూడా ఉండాలి.

వ్యూహ రచన: ఒక అంశాన్ని చేపట్టినప్పుడు సరైన వ్యూహరచన చేయకపోవటంద్వారా చాలామంది మొదట్లోనే దెబ్బతింటారు. ఒక అంశాన్ని ఆందోళనకు చేపట్టాలని నిర్ణయించగానే మొదట చేయాల్సిన పని- ఆ ఆందోళనకు నిర్దిష్ట లక్ష్యాలను ఏర్పరచుకోవటం. ప్రతి ప్రజా ఉద్యమానికీ స్వల్పకాలిక లక్ష్యాలు, దీర్ఘకాలిక లక్ష్యాలు ఉంటాయి. మనం ఈ ఆందోళన ద్వారా ఏం సాధించదలచుకున్నాం? మనం దేనిని సాధిస్తే విజయంగా పరిగణిస్తాం? అన్నది నిర్ధారించుకోవాలి.

మీరు ఎవరినైతే లక్ష్యంగా నిర్దేశించుకున్నారో వారి బలహీనతలను జాగ్రత్తగా విశ్లేషించుకోగలగాలి. అది మీ వ్యూహరచన విజయానికి దోహదపడుతుంది.

శక్తిసామర్థ్యాల అంచనా: కార్యరంగంలోకి దిగేముందు సంస్థ లేదా పార్టీ శక్తి సామర్థ్యాలను బేరీజు వేయాలి. అందుబాటులో ఉన్న వనరులు, సమయం, కార్యకర్తల బలగంపై దృష్టి నిలపాలి. మన ఆందోళనతో కలుపుకు రాగలిగిన ఇతర సంస్థలు ఏమైనా ఉన్నాయేమో అన్వేషించాలి. సమస్యను పరిష్కరించే అధికారం ఎవరికి ఉందో ఆలోచించాలి.

ఎత్తుగడలు: వివిధ రకాల సమస్యల పరిష్కారానికి వివిధ రకాల ఎత్తుగడలు అవసరం. ఎప్పుడు ముందడుగు వేయాలి, ఎప్పుడు వెనక్కి తగ్గాలి అన్న విచక్షణ ముఖ్యం. ఎత్తుగడలకు సంబంధించి ఈ కింది విషయాలను దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి.

మీకెంత శక్తి ఉందన్నది ముఖ్యంకాదు. మీ శక్తి గురించి ప్రత్యర్థి అంచనా ఏమిటన్నది ముఖ్యం. మీ ప్రాంత ప్రజల అనుభవాలను దాటి మీరు అడుగు వేయకండి. అవకాశం చిక్కినప్పుడు ప్రత్యర్థి అంచనాకు భిన్నంగా కార్యాచరణకు ఉపక్రమించండి. ఎదుటివారిని తూర్పారపట్టటం అత్యంత శక్తిమంతమైన ఆయుధమని గుర్తించండి. ఎక్కువకాలంపాటు సాగదీసే ఎత్తుగడవలన ప్రజలు విసుగు చెందుతారు. మన ఎత్తుగడ ప్రజలు హర్షించేదిగా ఉండాలి.

ప్రచారపర్వం

ఆందోళనలు నిర్వహించేటప్పుడు ప్రచార సాధనాలను సద్వినియోగపరుచుకోవాలి. కార్యక్షేత్రానికి విలేకరులను ఆహ్వానించటంద్వారా కవరేజి పొందవచ్చు. దాంతోపాటు పత్రికా ప్రకటనలు, పాఠకుల ఉత్తరాలు, ఇంటర్వ్యూ పద్ధతులద్వారా కూడా ఆందోళనకు ప్రజల మద్దతును సమీకరించవచ్చు. ఆందోళనకారులను ఉద్దేశించి ప్రసంగించటానికి వక్తలను సిద్ధం చేసుకోవాలి. వక్తలకు ఉపకరించే మెటీరియల్‌ను అందుబాటులో ఉంచాలి. గోడలపై పోస్టర్లు, స్టిక్కర్లద్వారా ఆందోళన సందేశాన్ని పరివ్యాప్తి చేయవచ్చు. అలాగే చర్చాగోష్ఠులు, సదస్సుల నిర్వహణద్వారా కూడా తగినంత ప్రచారాన్ని పొందవీలుంది.

మద్దతు కూడగట్టడం

మీరు ఆశించిన మార్పును సాధించటానికి మద్దతు చాలా అవసరం. ఏ గ్రూప్ గ్రూప్‌లనుంచి మద్దతు పొందవచ్చో ముందుగా నిర్ధారించుకోవాలి. వీరినుంచి మ పొందవచ్చు. 1. సాధారణ ప్రజానీకం, 2. సమాజంలో కీలక పాత్ర పోషించే స్థానిక నాయ 3. సమస్యకు సంబంధించిన వృత్తులలో ఉన్నవారు. ఉదాహరణకు: వైద్యులు.

ఆందోళనకు సన్నద్ధం అయ్యేముందు ఈ విషయాలపై దృష్టి నిలపండి.

స్థానిక పరిస్థితులను అవగాహన చేసుకోండి. ఆ సమస్య మూలాలను, వివిధ కారణ విశ్లేషించండి. మీరు విజయం సాధించే అవకాశం ఉన్న ప్రాంతం నుంచే కార్యాచరణ చేప స్థానిక వనరులను, స్థానిక పద్ధతులను అనుసరించండి. స్థానిక సాంస్కృతిక విలు సంప్రదాయాలకు అనుగుణంగా నడుచుకోండి. ప్రజలకు ప్రాతినిథ్యం, భాగస్వామ్యం ఉ శ్రద్ధ చూపండి. ఉద్యమాలను నిర్మించి సానుకూల ఫలితాలను సాధించగలిగినప్పుడు హృదయాల్లో సుస్థిర స్థానం పొందవచ్చు. విలువైన అనుభవాలను సొంతం చేసుకో మంచి నాయకుడిగా ఎదగటానికి ఉద్యమాలు సోపానాలు అవుతాయి. మనలోని ప్ర వెలికి తీయటానికీ అవకాశం అందివస్తుంది.

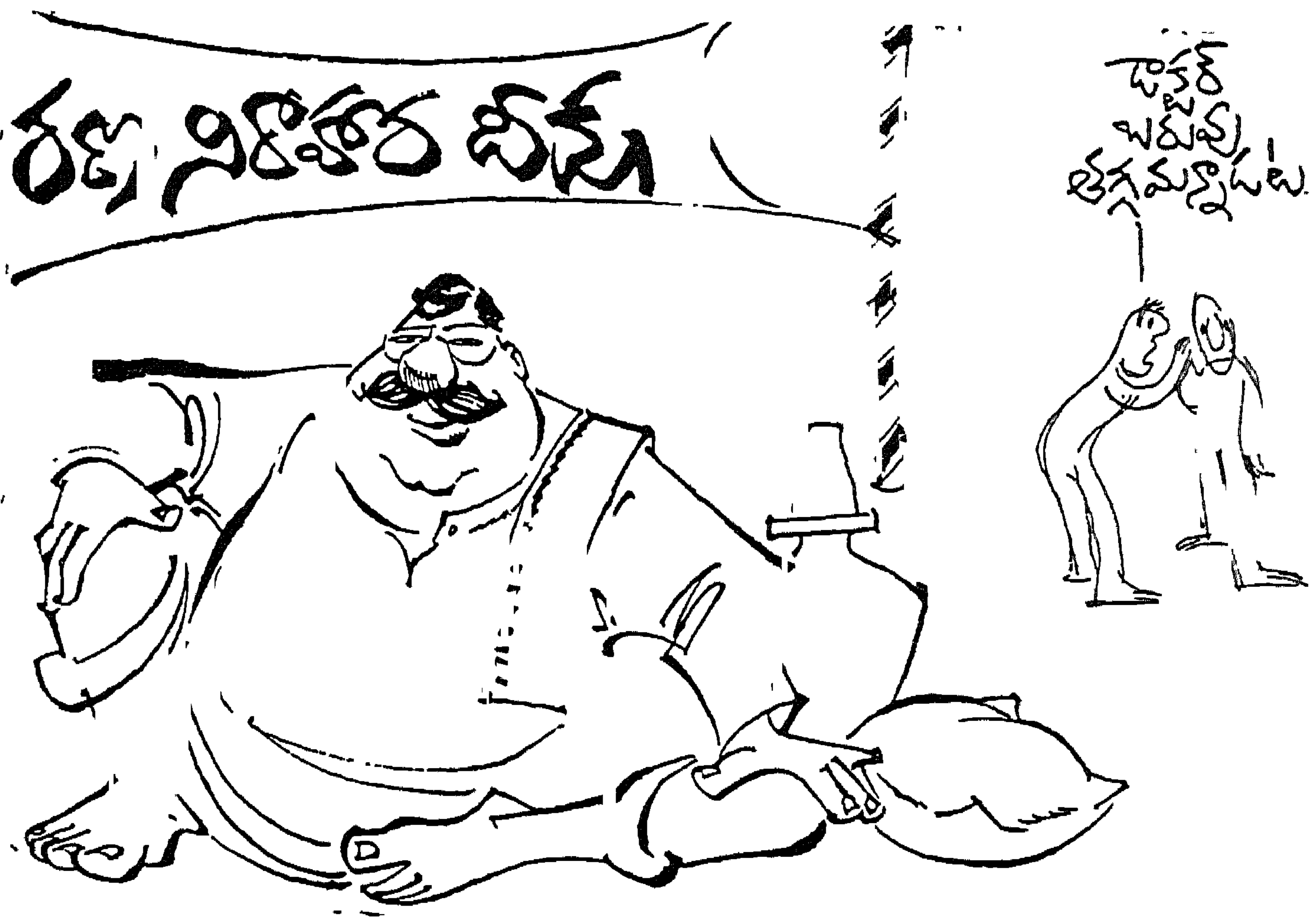
జ్ఞాన సముపార్జన [illegible]

చదవడం, వినడం, పరిశీలించడం, అనుభవంద్వారా జ్ఞానం సంపాద గలుగుతాం. మనం సంపాదించే జ్ఞానంలో ఎక్కువ భాగం చదవడంవల్లనే వస్తు ఉపాధ్యాయుల ప్రసంగాలు, రేడియో ఉపన్యాసాలు, ఆడియో క్యాసెట్లు వినడం కూడా జ్ఞానం సంపాదించవచ్చు. ఇటీవల టెలివిజన్, రేడియో వంటి దృశ్య, శ్ర సాధనాలు కూడా జ్ఞాన సముపార్జనకు దోహదం చేస్తున్నాయి. కొన్ని రంగ పరిశీలన, అనుభవం రెండూ జ్ఞాన సంపాదనకు అవసరమవుతాయి. ఒక బిడ్డ వ్యవసాయానికి సంబంధించిన పరిజ్ఞానాన్ని పరిశీలన, అనుభవంద్వా సంపాదించగలుగుతాడు. సంప్రదాయిక సమాజంలో వడ్రంగం మొదలైన వృత్తు సంబంధించిన జ్ఞానం కూడా పరిశీలన, అనుభవం ద్వారానే లభిస్తుంది. ప్రస్తు ప్రైవేటు స్కూటర్ షాపుల్లో పనిచేసే కుర్రవాళ్ళు కూడా పరిశీలన, అనుభవం ద్వా జ్ఞానాన్ని సంపాదిస్తున్నారు.

- శ్రీ ఆర్.సి.[illegible]

(డైరెక్టర్, ఐ.ఎ.ఎస్ స్టడీసర్కి

తిండిమానేసి తాపీగా కూర్చోగలరా?



'చేతనయినమ్మ చేయి తిప్పినా భంగిమే' అన్నట్లు సామర్థ్యం ఉన్న వారు ఏమి చేసైనా ప్రచారం సంపాదించుకోవచ్చు. అయితే అంతో ఇంతో ఖర్చయ్యే పద్ధతులూ ఉన్నాయి. అట్టే ఖర్చుకాని పద్ధతులూ ఉన్నాయి. ముందు ఖర్చుకాని రెండు పద్ధతులగురించి తెలుసుకుందాం. ఖర్చుకాని అంటే బొత్తిగా ఖర్చుకాదని కాదు. చాలా తక్కువ ఖర్చుతో ఎక్కువ ప్రచారం సాధించే పద్ధతులు. 1. నిరాహారదీక్ష 2. చక్కటి ఆర్టికల్స్ రాసి పత్రికలకు పంపటం.

1. నిరాహారదీక్ష: ఏదైనా ఒక మంచి ప్రయోజనం కోసం నిరాహారదీక్ష చేపట్టడం అనువైన టెక్నిక్. అయితే కేవలం ప్రచారం కోసమే ఈ పని చేయటం మంచిది కాదు. మంచి ప్రయోజనం సాధించాలన్న సంకల్పం కూడా ఉండాలి. నా నిరశన వ్రతంవల్ల సమస్య వెలుగులోకి వచ్చి పరిష్కారానికి అవకాశాలు పెరగాలి అన్న సదాశయం కూడా జోడయితే బావుంటుంది.

గాంధీమహాత్ముని దగ్గర్నుంచి అన్నా హజారే దాకా అందరూ ఈ టెక్నిక్‌ను చక్కగా వినియోగించుకున్నవారే. నిరశన ప్రారంభించాలంటే ముందు ఒక మంచి ప్రయోజనాన్ని ఎంపిక చేసుకోవాలి. చాలా తీవ్రమైన సమస్య అయితే తప్ప ఈ టెక్నిక్ జోలికి పోకూడదు. లోగడ స్వామి సీతారామ్, అమృతరావులాంటి వారు చీటికీ మాటికీ నిరాహారదీక్షలు చేపట్టి ప్రచారం పొందేవారు. అయితే ప్రచారం పొందటం కోసమే వారీ దీక్షలు చేశారని చెప్పడం సాహసమే అవుతుంది. వారి వ్యక్తిత్వాలని శంకించడం కూడా అవుతుంది. మహారాష్ట్రకు చెందిన అన్నా హజారే రాజకీయ, సామాజిక లక్ష్యాలకోసం పలుసార్లు నిరశన దీక్షలు కొనసాగించారు. కొన్నిసార్లు విజయం కూడా సాధించారు. అదే రాష్ట్రంలో మేధాపట్కర్ అనే

మరో ఆవిడ ఉన్నారు. ఆవిడ ముఖ్యంగా పర్యావరణ సమస్యలపై నిరాహారదీ
చేస్తుంటారు.

సుప్రసిద్ధులు ఒక మంచి ప్రయోజనం కోసం నిరాహారదీక్ష ప్రారంభిస్తే ప్రచారసాధనా ఆ వార్తకు తగిన ప్రచారం ఇచ్చి తీరతాయి. అయితే నిరాహారదీక్షలు నిర్వహించడ పేరుప్రఖ్యాతులు పొందే అవకాశాలు ఉన్న మాట నూటికి నూరుపాళ్ళు నిజం. నిరాహార ద్వారా పబ్లిసిటీ సంపాదించాలంటే ...

1. సమాజాన్ని వేధిస్తున్న సమస్యను ఎంపిక చేసుకోవాలి. వ్యక్తిగత సమస్య అం ఫర్వాలేదు కానీ వార్తలో తీవ్రత ఉండాలి. ఈ అధ్యాయం చివరన ఉన్న వార్త చద ముఖ్యమంత్రినే కదిలించి అచ్చుకు నోచుకున్న ఆ వార్త అసాధారణమైంది.

2. కరపత్రాలు ప్రచురించి పంపిణీ చేసి ముందే కొంత సన్నాహం చేయాలి.

3. పత్రికలు, రేడియో, టీవీ విలేకరులకు కరపత్రం అందచేయటమేకాక ఆ స తీవ్రతను తెలియచెప్పాలి.

4. మొదటి దఫా ప్రచారం ఇవ్వకపోయినా నిరాశానిస్పృహలకు చోటివ్వరాదు. మ అదే ప్రయోజనంకోసం గాని మరో ప్రయోజనం కోసంగాని దీక్ష ప్రారంభించాలి. అంటే విడవని విక్రమార్కుని ఆదర్శంగా పెట్టుకుని నిరాహారదీక్షలు నిర్వహించాలి.

5. హైదరాబాద్ అయితే అసెంబ్లీ ముందో, సెక్రటేరియట్‌ముందో, టాంక్‌బండ్ వ నిరశన చేపట్టాలి. జిల్లాల్లో అయితే కలెక్టరేట్ ముందుగాని స్థానికంగా ధర్నాలకు, నిరశ పేరుపొందిన స్థలాల్లోగాని కూచోవాలి.

6. లక్ష్యం మంచిదైతే మీడియా మీకు తగిన ప్రచారం ఇచ్చితీరుతుంది. మీర చేస్తోంటే ప్రజాభిప్రాయం మీ వెనక ఉంటుంది. పత్రికలు, రేడియో, టీవీలవారు మి కాదన్నా మీ వెనక ఉన్న ప్రజాభిప్రాయాన్ని కాదనలేరు. ప్రచార సాధనాలకు ప్రజాభిప్రా ప్రాణం వంటిది.

2. ఆర్టికల్స్ రాయటం: ఆర్టికల్స్ రాసి పత్రికలకు పంపటం ఖర్చయ్యే పనికాదు. అ ఇది అంత తేలికయిన వ్యవహారమేమీకాదు. పట్టుదల వుంటే నిరశన ప్రారంభించ దీనికి ప్రత్యేక నైపుణ్యంతో పనిలేదు. కానీ ఆర్టికల్స్ రాయాలంటే మాత్రం ప్రత్యేక నైపు ఉండి తీరాలి. అందరూ రాయలేరు. రాయటం ఒక కళ. అయితే రాసే నైపుణ్యం కొద్దిగా ఉన్నా సాధనచేసి ఆ నైపుణ్యాన్ని కొన్ని రెట్లు మెరుగుపరచుకోవచ్చు.

రోమ్ ఒక్క రోజులో నిర్మాణం కాలేదన్నట్టు వ్యాసాలు రాయటం ఆషామాషీ క దానికి చాలా కృషి అవసరం. రాయటం ప్రారంభించడానికి ముందు దేనిమీద రాయ నిర్ణయించుకోవాలి. ఆ అంశానికి సంబంధించిన సమగ్ర సమాచారాన్ని సేకరించ అవసరమైతే లైబ్రరీల కెళ్ళాలి. అధికారుల నడగాలి, కాలేజీ టీచర్లు, యూనివర్శిటీ ప్రొ సహాయం తీసుకోవాలి.

దేనిపై రాయాలి?: మీరు జనరల్ టాపిక్‌పై రాయడానికి ఎప్పుడూ ప్రయత్నించక

ఏదైనా సరే నలుగుతున్న సమస్యనో, వివాదాన్నో, డిమాండ్‌నో తీసుకోండి. సమాజాన్ని నిశితంగా పరిశీలిస్తే అనేక ఆసక్తికరమైన అంశాలు కనిపించక పోవు. రైతుల ఆత్మహత్యలు, గిట్టుబాటుగాని పేద రైతుల వ్యవసాయం, జంబ్లింగ్ పద్ధతి మంచి చెడ్డలు, బిజెపి ప్రతిపాదించిన జాతీయ ఎజెండా, భారత్ అణ్వాయుధాల తయారీ ఎక్కడికి దారితీస్తుంది? ప్రైవేట్ టీవీ ప్రసారాలు ప్రమాదకరమా? భారత పౌరసత్వం ఉన్నవారిని విదేశీయులుగా భావించవచ్చా? వగైరా ఎన్నో అంశాలపైన రాయొచ్చు. అన్నట్టు సబ్జెక్ట్ ఎంత ముఖ్యమో చక్కగా రాయటమూ అంతే ప్రధానం. సబ్జెక్ట్ మంచిదే తీసుకున్నా పాఠకుల్ని మెప్పించేవిధంగా రాయలేకపోతే ఏమిటి లాభం? ఏది చక్కటి శైలి అంటే పాఠకుల్ని అలరించేదే చక్కటి శైలి.

కొన్ని జాగ్రత్తలు

1. వ్యాసంలో ముందు సమస్యను లేక వివాదాన్ని లేక డిమాండ్‌ను వివరించాలి.

2. తర్వాత ఆ వివాదాన్ని లేక సమస్యను పలు కోణాలనుంచి విశ్లేషించాలి.

3. ముగింపులో నిర్ధారణ ఉండాలి. అయితే ప్రతి వ్యాసంలోనూ నిర్ధారణకానీ పరిష్కారం కానీ ఉండి తీరాలన్న నిబంధనేదీలేదు. ఉదాహరణకు భారతదేశం అణ్వస్త్రాలు తయారుచేయాలా? వద్దా? అన్న వివాదంపై తప్పనిసరిగా నిర్ధారణకు రావాలని లేదు. అణ్వస్త్రాలు ఉండడంవల్ల కలిగే లాభనష్టాలను, అణ్వస్త్రాలు లేకపోవడంవల్ల కలిగే లాభనష్టాలను వివరించి వదిలేయొచ్చు. ఆ సమస్యపై నిర్దిష్ట నిర్ధారణకు వచ్చే బాధ్యత పాఠకులకే వదలొచ్చు.

4. రాసిన ప్రతి వ్యాసాన్ని కనీసం రెండుసార్లు చదివి అవసరమనిపిస్తే నగిషీలు చెక్కాలి. హడావుడిగా రాస్తున్నప్పుడు ఒక్కోసారి సరైన పదం పడుండదు. మరోసారి చదువుకున్నప్పుడు సరైన పదం స్ఫురించొచ్చు. అలాగే వ్యాసంలో ఒకటి రెండు చోట్ల స్పష్టత లోపించి ఉండొచ్చు. శ్రద్ధగా చదివితే మీకే ఆ విషయం తెలుస్తుంది. స్పష్టత లేని వాక్యాలను తిరగరాయాలి.

5. ఇక్కడ కూడా మీ ఆదర్శం విక్రమార్కుడే. ఒకటి రెండు పత్రికలు మీ రచనలను తిరస్కరించవచ్చు. అంతమాత్రాన దిగులు పడొద్దు. మళ్ళీ మళ్ళీ ప్రయత్నం చేయటమే సంకల్పంగా పెట్టుకోండి. పత్రికలు మీ రచనను నిరాకరించడానికి చాలా కారణాలు వుండొచ్చు. (ఎ) ఆ పత్రిక ప్రయారిటీని మీరు గుర్తించకపోవడం కావచ్చు (బి) అదే సబ్జెక్టుపైన మీకంటే చేయి తిరిగిన రచయిత వ్యాసం పంపించి ఉండొచ్చు. (సీ) మీ వ్యాసం పెద్దదయితే దాన్ని ఎడిట్ చేసే ఓపిక లేక కూడా తిప్పి పంపొచ్చు. కమ్యూనికేషన్ కళ తెలిసినవాడయితే మీ రచనను నిరాకరించినందుకు గల కారణాలు తెలపొచ్చు. అది తెలియని ఉపసంపాదకుడు కారణాలు రాయకపోవచ్చు.

6. పత్రికలకు పంపే వ్యాసాలను కాగితాలపై ఒకవైపు మాత్రమే రాయాలి. డబుల్ స్పేస్ ఇచ్చి టైపు చేయిస్తే మంచిది. టైపు సౌలభ్యం లేకపోతే చక్కటి దస్తూరీతో రాయాలి. పంక్తుల మధ్య స్థలం వదిలి రాస్తే సబ్ ఎడిటర్ మార్పులు చేయడానికి లేదా దిద్దడానికి వీలుంటుంది. "ఈ వ్యాసం నేను సొంతంగా రాసిందే, ఇంకే పత్రికకూ పంపలేదు' అన్న హామీ ఇవ్వాలి. విడిగానూ రాయొచ్చు, వ్యాసం చివరన స్థలం ఉంటే అక్కడే రాయొచ్చు. మీ చిరునామా

ఇవ్వటం మరిచిపోవద్దు. టెలిఫోన్ వుంటే నెంబరు కూడా ఇవ్వండి.

7. శైలి: పత్రికల్లో వచ్చే వ్యాసాల శైలిని శ్రద్ధగా గమనించాలి. ఇష్టాగోష్ఠి మాట్లాడినట్లుండాలి. పెద్ద ఫార్మాలిటీస్ పాటించాల్సిన పనిలేదు. ఎంత ఇన్ఫార్మల్‌గా ఉం అంత మంచిది. చదువుకోవడానికి హాయిగా ఉండాలి. మీ ఆర్టికల్ మొట్టమొదటి పాఠకు డెస్క్‌లోని సబెడిటర్. మీ రచనలో పఠనయోగ్యత వుందని అతడు భావిస్తే మిగతా పాఠకుల కూడా చదువుకోడానికి బాగున్నట్లే.

పాటలు కూడా ప్రచారాస్త్రాలే

ప్రజలను ప్రత్యేకించి గ్రామీణ ప్రజలను చైతన్యపరచటానికి పాటలు బాగా ఉపకరిస్తాం పాటలను సందర్భానుగుణంగా ఉపయోగించుకోగలిగితే అవి మంచి ప్రచారాస్త్రాలు పనికివస్తాయి. గ్రామీణ అభివృద్ధి కార్యక్రమాల గురించి ప్రజలకు వివరించేందుకు శ్రీకాకు జిల్లా పాలనాయంత్రాంగం పాటలను సమర్థంగా వినియోగించింది. డ్వాక్రా, వాటర్ అభివృద్ధికి సంబంధించి పాటలతో కూడిన చిన్న పుస్తకాన్ని జిల్లా యంత్రాంగం వెలువరించిం ప్రజల దృష్టిని ఈ పథకాలపైకి మళ్ళించేలా చూసి వారి పాత్రను పెంచాలన్నది లక్ష్యం. పుస్తకంలో మొదటిపాట శ్రీకాకుళం జిల్లా గురించి వివరిస్తోంది. శ్రీకాకుళాన్ని వెనకబ జిల్లాగా అభివర్ణించడంలో ప్రత్యేకించి విశేషమేమీ ఉండదు. కానీ ఈ పాట జిల్లాల సహజవనరులు, సాంస్కృతిక సుసంపన్నతను కళ్ళకు కట్టినట్లు వివరించింది. జిల్లాల నదీనదాలు, దేవాలయాల గురించి చెప్పటంతోపాటు జిల్లాకు చెందిన ప్రముఖులు గరిమె సత్యనారాయణ, కాళీపట్నం రామారావు వంటి వారి సేవలను ఈ పాటలో ప్రస్తుతించా గ్రామీణ ప్రజల భాషలోనే సరళంగా రూపుదిద్దుకుంది ఈ పాట. మిగిలిన పాటల్లో భూసారా జలవనరులను పరిరక్షించ వలసిన అవసరాన్ని హృదయానికి హత్తుకునేలా నొక్కి చెప్పా మురపాక వి.డి.ఒ. ఎస్.ధర్మారావు రాసిన ఈ పాటలు ప్రజలను బాగా ప్రభావితం చే గ్రామీణాభివృద్ధిలో స్వచ్ఛంద కృషికి ప్రేరణగా నిలిచాయి.

ఈ కింది వార్తలోని సుదర్శనరావు ఓ అనామకుడు. అయినా తన పట్టుదలతో, చిత్తశుద్ధి ముఖ్యమంత్రిని కదిలించి డబుల్‌కాలమ్ వార్తలోకెక్కాడు. ఒక అనామకుడు వార్త సృష్టించగలిగితే మీరెందుకు ఆ పని చేయలేరు. అంతకంటె చక్కగా చేయగల -వలసినదల్లా ఆలోచన. ఆపైన కార్యాచరణ.

అవినీతిని అరికట్టకుంటే ఆత్మహత్య

ముఖ్యమంత్రిని కదిలించిన వార్త

హైదరాబాద్, మార్చి 19: నా కుటుంబానికి అన్యాయం జరిగింది. ప్రభుత్వ ఆస్పత్రి అవినీతి అధికారులు పేదల రక్తం పిండుతున్నారు. మీరు తక్షణమే చర్య తీసుకోండి. లేదంటే నేను సచివాలయంలోనే ఆత్మహత్య చేసుకుంటా... అంటూ సుదర్శనరావు అ వ్యక్తి గురువారం ముఖ్యమంత్రి చంద్రబాబు కాళ్ళపై పడబోయాడు. సచివాలయం గురువారం మధ్యాహ్నం దేవూ మోటర్స్ ఇండియా లిమిటెడ్ సంస్థ అధికారులు సె

కార్లను ముఖ్యమంత్రికి స్వాధీనం చేసిన అనంతరం ఈ సంఘటన జరిగింది. ఈ సందర్భంగా ప్రభుత్వ ఆస్పత్రి సిబ్బంది అవినీతిని సుదర్శనరావు ఏకరువు పెట్టారు. తన భార్య ప్రసవం కోసం 'రాణిగంజ్ మిల్క్ డెయిరీ ఆస్పత్రికి' వెళితే సిబ్బంది అడుగడుగునా డబ్బుకోసం వేధించారని ఆయన వాపోయారు. బుధవారం రాత్రి పదిన్నర గంటలకు తన భార్య ఆడబిడ్డను ప్రసవిస్తే పాపను చూసేందుకు కూడా డబ్బులు అడిగారని గద్గద స్వరంతో ఆయన ముఖ్యమంత్రికి విన్నవించుకున్నారు. ప్రభుత్వ ఆస్పత్రిలో అడుగడుగునా మామూళ్ళు చెల్లించడంతో జేబులో డబ్బులు అయిపోయాయని తనకు బుధవారం నుంచీ భోజనం లేదని ఆయన మొత్తుకున్నారు. ఇలాంటి అన్యాయాల్ని ఆపకపోతే సచివాలయంలో తన శవాన్ని చూడాల్సి వస్తుందని అన్నారు. ప్రభుత్వ ఆస్పత్రుల్లో అబ్బాయి పుడితే 500 రూ.లు, అమ్మాయి పుడితే 200 రూ.లు సమర్పించుకోవాలని లేకుంటే బిడ్డని కూడా చూపించడంలేదని విమర్శించారు. ఇంకా ఆస్పత్రిలోకి వెళ్ళాలన్నా, తల్లీబిడ్డల్ని తీసుకెళ్ళాలన్నా ఆయాలు అడుగడుగునా డబ్బు గుంజుతున్నారని చెప్పారు. బేగంపేట పోలీస్‌లైన్స్‌లో నివసించే తాను గతంలో రైల్వే ఉద్యోగినని ప్రస్తుతం ప్రయివేట్ సెక్యూరిటీగార్డుగా పనిచేస్తున్నానని అన్నారు. సుదర్శనరావు ఉద్వేగానికి స్పందించిన ముఖ్యమంత్రి ఆస్పత్రి అధికారులపై విచారణకు ఆదేశాలు జారీ చేశారు. అవినీతికి పాల్పడిన వారిపై తక్షణమే చర్య తీసుకుంటానని సుదర్శనరావుకు హామీ ఇచ్చారు.

పత్రికలకు ఢోకాలేదు

ఎలక్ట్రానిక్ మీడియా కారణంగా ప్రింట్ మీడియాకున్న ప్రాచుర్యం, ప్రాముఖ్యం తగ్గవు. ప్రింట్ మీడియాకున్న సౌలభ్యాలు ఇందుకు కారణం. అచ్చురూపం తొడిగిన విషయాన్ని భద్రపరచుకోవచ్చు. కావలసినప్పుడు రిఫర్ చేయవచ్చు. వార్తాపత్రికలు సమాచారాన్ని లోతుగా విశ్లేషణాత్మకంగా అందించ వీలుంది. అమెరికాలో సైతం ఎలక్ట్రానిక్ మీడియా కారణంగా తొలుత కొంతమేరకు ప్రింట్ మీడియా దెబ్బతిన్నా, ఆ తర్వాత యధాస్థానానికి వచ్చింది. ఇప్పుడు అక్కడ ఎలక్ట్రానిక్, ప్రింట్‌మీడియాలు వేటికవే పురోగమిస్తున్నాయి. ఎలక్ట్రానిక్ మీడియావల్ల ఎదురవుతున్న పోటీ, సవాళ్ళు ఏవైనావుంటే అది ప్రింట్ మీడియా అభివృద్ధికి సానుకూలంగా దోహదపడేదే. ప్రింట్‌మీడియా నవీకరణకు పరోక్షంగా ఎలక్ట్రానిక్ మీడియా దోహదపడుతోంది. వార్తాసేకరణలో వేగం మరింత పెరుగుతుంది. ముద్రణలో మరిన్ని సొగసులు వచ్చి చేరతాయి. ఎలక్ట్రానిక్ విప్లవం కారణంగా పత్రికారంగంలోనూ అనూహ్యమైన మార్పులు రావటం అనివార్య పరిణామం. కాబట్టి ప్రింట్, ఎలక్ట్రానిక్ మీడియాల మధ్య వైరుధ్యం లేదు. ఒక మీడియా విస్తరణకు రెండో మీడియా దోహదం చేస్తుంది. సమాచార సేకరణ, సమర్పణలో ఆరోగ్యకరమైన పోటీ ఉంటుంది.

- శ్రీ కె.రామచంద్రమూర్తి

అంతా నావాళ్ళనుకుంటే అడ్డేవుండదు



సామాజిక జీవనరంగాల్లో పాటుపడుతున్న వారు సమున్నత వ్యక్తిత్వాన్ని వికసింప చేసుకుంటే మరింతగా రాణించి, ప్రజల మన్ననకు పాత్రులవుతారు. 'ఈరోజుల్లో డబ్బే సర్వస్వం. డబ్బుంటే కొండమీద కోతినైనా దింపవచ్చు'. అనే అభిప్రాయం చాలామందికి ఉండవచ్చు. కానీ అది సరికాదు. ఏ నాయకుడైనా కోట్ల రూపాయలు విరజిమ్మితే ప్రజల విశ్వాసం పొందగలమని ఖాయంగా విజయం సాధించగలమని అనుకుంటే పొరపాటే. ఆ రోజులు పోయాయి. ఎన్నికల్లో డబ్బు పాత్ర బలీయంగా ఉన్నప్పటికీ గెలుపు ఓటములకు డబ్బే సర్వస్వం కాదు. ప్రజలు చైతన్యవంతులవుతున్నారు. నాయకుల పోకడలను, మనస్తత్వాలను నిశితంగా గమనిస్తున్నారు. పనికిరారనుకున్న వారిని ఎన్నికల వేళ పక్కన పెడుతున్నారు.

మీరు రాజకీయాల్లో ఉన్నా, స్వచ్ఛంద సేవాసంస్థ నడుపుతున్నా మీదైన విలక్షణ వ్యక్తిత్వం ఉంటే అది మీకు రక్షణ కవచంలా నిలుస్తుంది. ప్రజల అభిమాన పాత్రమవుతుంది. తిరుగులేని

నాయకుడిగా తీర్చిదిద్దుతుంది. నికార్సయిన మనుషులపై పత్రికలవారు కూడా ప్రతికూలంగా రాయటానికి జంకుతారు. ప్రత్యర్థులు సైతం ఆచితూచి మాట్లాడతారు. మీ వ్యక్తిత్వాన్ని తీర్చిదిద్దుకోవడానికి ఉపకరించే కొన్ని విషయాలను చూద్దాం.

బలీయమైన కాంక్ష

మీరు ఏది సాధించాలన్నా ముందు దానికి సంబంధించిన బలీయమైన కాంక్ష ఉండి తీరాలి. మనసులో కోర్కె బలంగా ఉంటే తప్ప దానిని సాధించాలన్న పట్టుదల రాదు. కృషి చేస్తున్న రంగంలో నేను ఈ స్థాయికి చేరాలి అన్న లక్ష్యాన్ని ముందుగా ఏర్పరచుకోవాలి. ఆ లక్ష్యాన్నే మనసునిండా నింపుకోవాలి. ఆ లక్ష్యానికి ఎలా చేరుకోవాలి? ఎంతకాలంలో చేరుకోవాలి? అన్న విషయాలను ఆలోచించాలి. మీ శక్తి సామర్థ్యాలను దృష్టిలో పెట్టుకుని లక్ష్యాన్ని నిర్ణయించుకోవాలి.

ఆత్మవిశ్వాసం

చిన్నప్పటినుంచి పెరిగిన వాతావరణం, ప్రతికూల పరిస్థితులు మన నడవడికను శాసిస్తుంటాయి. చేదు జ్ఞాపకాలు ఒక్కోసారి ముందరి కాళ్ళకు బంధాలవుతాయి. 'నేను ఎవరికీ తీసిపోను. నేను అనుకున్నది సాధించగలను' అనే దృఢసంకల్పం ఏర్పరచుకోవాలి. ఆత్మన్యూనతను వీడి ఆత్మవిశ్వాసాన్ని ఏర్పరచుకోవాలి. మనలో ఉన్న అపారమైన శక్తియుక్తులను మదింపు చేసుకోవాలి.

సానుకూల దృక్పథం

ప్రతికూల భావనలే మనసులో చోటు చేసుకోకూడదు. ఈ పని అవుతుందో లేదోననే అనుమానాలను పూర్తిగా తుడిచిపెట్టాలి. మూఢనమ్మకాలను, విశ్వాసాలను తొలగించుకోవాలి. చేసే ప్రతిపనిపట్లా సానుకూల వైఖరిని అవలంబించాలి. వైఫల్యం ఎదురైనా పట్టుదల వీడకుండా ముందడుగు వేయాలి. ప్రతి వైఫల్యమూ విజయానికి తొలిమెట్టు.

ప్రతికూల పరిస్థితులు

అంతా సానుకూలపడి, అన్నీ సజావుగా సాగిపోతుంటే మన ఘనత ఏముంటుంది? ప్రతికూల పరిస్థితులు ఎదురైనప్పుడు ఎలా ఆలోచిస్తున్నాం, ఎలా మెలుగుతున్నాం, ఎలా నిర్ణయం తీసుకుంటున్నాం అన్నది అత్యంత ముఖ్యం. ఆ ప్రతికూల పరిస్థితిలో కూడా కుంగిపోకుండా ఆ పరిస్థితికి బాటవేసిన కారణాలపై దృష్టి సారించాలి. ప్రతికూల పరిస్థితులను అధిగమించటంపై శక్తియుక్తులు వెచ్చించాలి.

దీర్ఘదృష్టి, వ్యూహరచన

ఈ జీవన ప్రయాణం సుదీర్ఘమైనది. ఒక రోజు విజయంతో పొంగిపోవడం, వైఫల్యంతో కుంగిపోవడంవల్ల ఒనగూరేదేమీ లేదు. లక్ష్యాలను సమున్నతంగా పెట్టుకున్నప్పుడు ఆ లక్ష్య సాధనకు దీర్ఘదృష్టి అవసరం. రాబోయే ఐదేళ్ళలో, పదేళ్ళలో వచ్చే మార్పులు ఏమిటి, పరిస్థితులు ఎలా పరిణామం చెందనున్నాయి, ఆ నేపథ్యంలో అనుసరించాల్సిన పంథా ఏమిటి? అన్న దీర్ఘదృష్టి ముఖ్యం. ఆ దీర్ఘదృష్టితోనే వ్యూహరచన చేయాలి. తాత్కాలిక

ప్రయోజనాలకంటే దీర్ఘకాలిక ప్రయోజనాలకు ఎక్కువ విలువ ఇవ్వాలి.

ఓర్పు, సహనం

ఓర్పు, సహనం లేకపోతే తొందరపాటు నిర్ణయాలు తీసుకోవలసి వస్తుంది. అనుకున్నది అందిరాకున్నా అవకాశం కోసం ఓర్పు, సహనంతో వేచిచూసే మనస్తత్వం అలవరచుకోవాలి. అప్పుడు నిన్న చేజారింది నేడు సొంతమవుతుంది.

విషయాసక్తి

మీ ప్రాంతంలో, మీ రాష్ట్రంలో, దేశంలో, ప్రపంచంలో చోటుచేసుకుంటున్న పరిణామాలపై ఆసక్తిని పెంచుకోవాలి. ఒక పరిణామం చోటుచేసుకుంటే ఆ పరిణామానికి బాటవేసి కారణాలను విశ్లేషించుకోగలగాలి. ఇతరుల అనుభవాల్లోంచి కూడా మనం పాఠాల నేర్చుకోవచ్చు. ఎవరెట్లాపోతే మనకేమిటి? అన్న ధోరణికి స్వస్తిచెప్పి వసుధైక కుటుంబ భావనన ఏర్పరచుకోవాలి. తీరుబడిలేని పని ఒత్తిడిలో ఉన్నప్పటికీ వార్తాపత్రికలను, మ్యాగజీన్లను పుస్తకాలను చదవటానికి కొంత సమయం వెచ్చించండి. చదువువల్ల మన మన ఆలోచన పరిధి విస్తరిస్తుంది. మరింత పరిపక్వ, మెరుగైన నిర్ణయాలు తీసుకోవటానికి దోహదపడుతుంది

ఇతరుల అనుభవాలు

ఇతరుల అనుభవాలనుంచి నేర్చుకోవలసిన విషయాలెన్నో ఉంటాయి. ప్రతిదీ మ అనుభవంలోకి రాకపోవచ్చు. వివిధ పరిస్థితుల్లో ఎవరెలా వ్యవహరిస్తున్నారు, వారు అలా ఎందుకు వ్యవహరించవలసి వచ్చింది, ఆ పరిస్థితుల్లో నేనుంటే ఎలా నడుచుకునేవాడి అని ఆలోచించాలి.

నోరు జారవద్దు

ప్రత్యక్షంగాగానీ, పరోక్షంగాగానీ ఎదుటవారి గురించి నోరు జారకండి. ఎదుటివారి విభేదించే విషయాలు అనేకం ఉండవచ్చు. అంతమాత్రంచేతే అసభ్యకర పదజాలం బాహాటంగా విమర్శలకు దిగటం కూడదు. అది తాత్కాలికంగా ప్రచారానికి ఉపకరి ఉపకరించవచ్చుగానీ మీ వ్యక్తిత్వమేమిటో కూడా చెప్పకనే చెప్తుంది. ప్రజలు వివేకవంతుల ఎవరెవరు ఎలా మాట్లాడుతున్నది, రాజకీయాలను బజారు కొట్లాటల స్థాయికి ఎల దిగజార్చుతున్నదీ అన్న విషయాలను గమనిస్తూ ఉంటారని మరవకండి. క్రియాశీ రాజకీయాల్లో ఉన్నవారు హుందాతనం వీడకుండా మెలగాలి.

'వాడు ఇలా, వీడు అలా' అంటూ వ్యక్తుల పరోక్షంలో మరొకరిదగ్గర విమర్శలు చేయకండి ఎవరిగురించైనా మీదగ్గర ప్రస్తావన వస్తే ఆ వ్యక్తిలోని సానుకూల అంశాలను బహిరంగంగా వెల్లడించండి. అది మీ వ్యక్తిత్వానికి శోభనిస్తుంది. మనసులో ఉన్న అభిప్రాయాలను కుండబద్దలు కొట్టినట్లు చెప్పడంవలన చికాకులు ఎదురు కావచ్చు.

సమస్యలకు దూరంగా

మీకై మీరు సమస్యలను కొనితెచ్చుకోకుండా జాగ్రత్తపడాలి. సమస్యలు రెండు రకాలు. మీ పరిధిలో మీకై మీరు పరిష్కరించుకోగలగిన సమస్యలు కొన్నయితే, పరిష్కారం మన

చేతిలో లేని సమస్యలు మరికొన్ని. మన చేతిలో లేని వాటిగురించి మధనపడినందువల్ల ఒరిగే ప్రయోజనమేదీ లేదు. మనం ఏ పని తలపెట్టినా సాధ్యమైనంతవరకూ సమస్యల్లో చిక్కుకోకుండా ప్లాన్ చేసుకోవాలి. ఉదాహరణకు మీరెవరికో ఉద్యోగం ఇప్పిస్తానని హామీ ఇస్తారు. అయితే ఆ ప్రయత్నంలో సఫలీకృతులు కాలేకపోయారు. ఆ ఉద్యోగార్థి రోజూ మీ దర్శనం చేసుకుంటూ ఉంటాడు. మీ పనికి అంతరాయం కలుగుతుంది. సమస్యనుంచి సాధ్యమైనంత దూరంగా ఉండదలచినప్పుడు ఆ వ్యక్తికి ముందే ఓ విషయం స్పష్టం చేయాలి. 'నేను నా శక్తిమేరకు ప్రయత్నిస్తాను. ఫలానావారితో ఈ రోజు మాట్లాడతాను. మీరు వెళ్ళి ఆ వ్యక్తిని కలవండి' అని చెప్పి ఎక్కడికక్కడ తెగ్గొట్టేయాలి. పనికిరాని విషయాలన్నీ బుర్రలో నింపుకుంటే మనశ్శాంతి ఉండదు.

సహాయపడే తత్వం

సమస్యలు వస్తాయని చెప్పి ఎవరికీ ఏ సహాయమూ చేయకుండా గిరిగీసుకుని కూచోవడం వలన ప్రయోజనం లేదు. మనపై కొండంత ఆశ పెట్టుకుని వచ్చినవారికి మన పరిధిలో ఏమేరకు సహాయం చేయవచ్చో ఆలోచించాలి. అయితే ఆచరణసాధ్యం కాని హామీలను గుప్పించి ఎదుటివారిలో లేనిపోని ఆశలు కల్పించటం మాత్రం పనికిరాదు. ఒకరికి మాట ఇస్తే దానికి కట్టుబడి ఉండాలి. కుదరదనుకున్నప్పుడు అదే విషయాన్ని సున్నితంగా తెలియచెప్పాలి. ఓ రాజకీయ నాయకుడు తన దగ్గరకు ఎవరు వచ్చినా సిఫారసు ఉత్తరాలు ఎడాపెడా రాసిస్తాడు. బిల్‌క్లింటన్‌తో పని ఉందని వచ్చినా క్లింటన్‌కు సిఫారసు లేఖ రాసి సంతకం పెట్టి అందించగల ఘనుడాయన. 'నేను రికమండ్ చేశా, పని అయితే అవుతుంది, లేకపోతే లేదు. నా దగ్గరకు వచ్చినవాళ్ళకు నేను చేయగల సాయం అదే కదా!'' అన్నది ఆ రాజకీయ నాయకుడి అంతరంగం. అయితే 'ఆయన ఉత్తరం రాసినా ఏం ఫలితం ఉండదు. కంటితుడుపుగా ఉత్తరం రాసిచ్చారు అంతే' అని ప్రతివారూ అనుకోవటం మొదలు పెడితే మన ఇమేజ్‌కి నష్టం కలుగుతుంది.

ప్రజల ఆకాంక్షలకు దీటుగా...

ప్రజల ఆకాంక్షలు ఏమిటో, అవసరాలు ఏమిటో గ్రహించగలగాలి. ఇది గుర్తించకపోతే నేలవిడిచి సాము చేసినట్లే అవుతుంది. ప్రజల ఆకాంక్షలు తెలుసుకోవాలంటే వారితో కలగలిసి తిరగాలి. ఎ.సి గదులకు పరిమితమైపోతే ప్రజల పల్స్ తెలీదు. మీకూ, మీ ప్రజలకు మధ్య దూరం పెరిగిపోతుంది. అవకాశం చిక్కినప్పుడల్లా ప్రజల్లోకి వెళ్ళి వారిలో ఒకరిగా మెలగాలి. వారు కోరుతున్న దేమిటో గుర్తించి సాధ్యమైనంతవరకూ అవి నెరవేర్చటానికి కృషి చేయాలి.

విశాల దృక్పథం:

మన కులం, మన వర్గం, మన ప్రాంతం అనే సంకుచిత దృష్టిని విడనాడి విశాల దృక్పథాన్ని అలవరచుకోవాలి. ఏ వర్గం ప్రజలు మీ దగ్గరకు వచ్చినా వారిని ఆదరించాలి. అక్కున చేర్చుకోవాలి. ప్రజలతో మెలిగేటప్పుడు వివక్షకు తావులేకుండా సమదృష్టిని కనపరచాలి.

బాగా వినగలగటం:

మీరు ఎన్ని పని ఒత్తిళ్ళలో ఉన్నప్పటికీ ఎదుటివారు చెప్తున్న విషయాలను బాగా

వినగలగాలి. మీ చుట్టూ వందమంది ఉన్నా ఎదుటివారు విన్పిస్తున్న గోడుపై దృష్టి కేంద్రీకరించాలి. బాగా వినగలిగినప్పుడే ఆ విషయానికి సంబంధించి సముచిత నిర్ణయం తీసుకోవటానికి వీలవుతుంది.

సంభాషణా చాతుర్యం:

ఎవరైనా తారసపడినప్పుడు వారితో చక్కగా సంభాషణ చేయగల చాతుర్యం అలవరచుకోవాలి. సంభాషణ ఎక్కడ మొదలు పెట్టాలి? అన్న సమస్య ప్రతివారికీ వస్తుంది. గతంలో అతనితో మనం కలుసుకున్నప్పటి సందర్భాన్ని నెమరువేసుకోవాలి. ఆ సందర్భంగా అతను కొన్ని విషయాలు చెప్పి ఉండవచ్చు. కొన్ని ప్రతిపాదనలు చేసి ఉండవచ్చు. ఫలానా పని చేసుకు రావలసిందని పురమాయించవచ్చు. పాత సందర్భాన్ని నెమరు వేసుకోగలిగితే అసంపూర్తిగా మిగిలిన విషయాల ఆధారంగా సంభాషణ కొనసాగించవీలవుతుంది.

పేర్లుపెట్టి పిలవటం:

మీ సన్నిహిత సహచరులు, మద్దతుదారులేకాక మీ పరిచయంలోకి వచ్చిన వారందరి పేరుపెట్టి పిలవటంవలన ఎదుటివారి అభిమానానికి పాత్రులు కావచ్చు. అయితే ఇది అం తేలికైన విషయంకాదు. పేర్లు గుర్తుంచుకోవటానికి సాధన కావాలి. ఎవరైనా తొలిసా పరిచయంలోకి వచ్చినప్పుడు అతని పేరు మనకు తెలుస్తుంది. ఆ పేరు వినగానే దాని దృశ్య రూపంలోకి మార్చుకుని స్టోర్ చేసుకోవాలి. ఉదాహరణకు 'పానకాలు' అనే పేరుగ వ్యక్తి మీ దగ్గరకు వచ్చాడు. మంగళగిరి పానకాల స్వామి గుడిని మీరు మెదడు చిత్రించుకోవాలి. వేణుగోపాల్ అనే వ్యక్తి పరిచయం అయితే వేణువు ఊదుతున్న కృష్ణ విగ్రహాన్ని స్ఫురణకు తెచ్చుకుని ఆ దృశ్యంద్వారా పేరును మెదడులో రిజిస్టర్ చేసుకోవా లేదా వేణుగోపాల్ పేరుతో మీ సన్నిహిత సహచరుల్లో ఎవరైనా ఉంటే ఆ సన్నిహిత పేరుతో లింక్ చేసయినా గుర్తుంచుకోవచ్చు. పేర్లు గుర్తు పెట్టుకోవటానికి ప్రత్యేక కృ అవసరం. పేరు గుర్తుంచుకోవాలన్న తపనవుంటే అందుకు మార్గాలుంటాయి.

కాలాన్ని సద్వినియోగపరచడం:

మీ రోజువారీ కార్యకలాపాలను కాలం వృధాకాకుండా ప్లాన్ చేసుకోవాలి. ఉబుసుపో కబుర్లతో సమయాన్ని దుర్వినియోగపరచకూడదు. కారులో అరగంటసేపు ప్రయాణించా వస్తే ఆ అరగంటసేపు ఏ పుస్తకం చదవటమో లేదా నిర్ణయాలు తీసుకోవలసిన అంశంపై దృష్టి మరల్చాలి. ఉదయం లేవగానే ఆరోజు నిర్వర్తించాల్సిన కార్యక్రమాలను గుర్తు చేసుకు టైమ్‌టేబుల్ వేసుకోవాలి. ఆ కార్యక్రమాలన్నీ సాధ్యమైనంత వరకూ టైమ్‌ప్రకారం పూర్తయ్యే చూసుకోవాలి.

నాయకత్వ లక్షణాలు:

ఎవరూ పుట్టుకతోనే నాయకత్వ లక్షణాలను అలవరచుకోరు. పదిమందిని ముందుం నడిపించాలన్నా, అనుచరగణాల్లో ఉత్సాహం నింపాలన్నా మనలో సమర్థత ఉండా మహనీయుల జీవిత చరిత్రలను చదివి స్ఫూర్తి పొందవచ్చు. వారి లక్షణాలను, పనివిధానాల మనమూ పుణికిపుచ్చుకోవచ్చు.

సమర్థులకు పట్టం:

మీరు ఏదైనా పదవి చేపట్టినప్పుడు మీనుంచి ఎవరెవరు ఎటువంటి ఫలితాలు ఆశిస్తారు. ఆ ఫలితాల సాధనకు చేయాల్సిందేమిటి? అని దృష్టి సారించాలి. మనం సారథ్యం వహిస్తున్న సంస్థ గురించి సమగ్రంగా తెలుసుకోవాలి. సంస్థలోని లోటుపాట్లు గుర్తించాలి. ఏయే చర్యలు చేపడితే సంస్థను మళ్ళీ ట్రాక్‌లోకి తేవచ్చో ఆలోచించాలి. సంస్థలో పనిచేస్తున్న వారిలో సమర్థులెవరో గుర్తించి ఎంపిక చేసి వారికి పనులు అప్పగించాలి.

బలహీనతలకు దూరంగా...

మీరు జీవితంలో ఉన్నత శిఖరాలను అధిగమించేటప్పుడు కిందకు జారిపడే ప్రమాదాలు పెరుగుతాయి. ఒక్కో మెట్టు పైకి ఎక్కుతుంటే కిందికి పడిపోకుండా చూసుకోవాలి. వ్యక్తిగత బలహీనతల కారణంగా మనం కొన్నేళ్ళుగా ఏర్పరచుకుంటూ వచ్చిన ఇమేజి ఒక్కసారిగా తుడిచిపెట్టుకుపోవచ్చు. ఈ దృష్ట్యా వ్యక్తిగత బలహీనతలను గుర్తించి ఆ బలహీనతల ట్రాప్‌లో పడకుండా మెలగాలి.

విశ్రాంతి తీసుకోవటం:

తీరుబడిలేని పని ఒత్తిడులతో శరీరమూ, మనసూ బాగా అలసిపోయినప్పుడు 'రిలాక్స్ కావాలి. ఇందుకు వాతావరణ మార్పు ఉపకరిస్తుంది. ఓ వారం రోజులు మీ సొంత గ్రామానికి వెళ్ళి రోజువారీ బాదరబందీలకు దూరంగా గడిపి రావచ్చు. లేదా మీరేదైనా పట్టణానికి భార్యాపిల్లలతో వెళ్ళి కులాసాగా గడిపిరావచ్చు. అలా చేస్తే మళ్ళీ తిరిగి వచ్చాక కొత్త ఉత్సాహంతో, రెట్టింపు శక్తితో మీ విధులకు అంకితం కావచ్చు.

సమున్నత వ్యక్తిత్వాన్ని తీర్చిదిద్దుకోవటంద్వారా చుట్టూ ఉన్నవారిలో సానుకూల అభిప్రాయాలను ఏర్పరచుకోవచ్చు. అలాగే ప్రతి చిన్న విషయానికీ బాధపడుతూ కూర్చోకుండా ముందుకు కదలవచ్చు. మానసిక కాలుష్యం లేకుండా చూసుకోవాలి. తామరాకుమీద నీటిబొట్టులా పనికిరాని విషయాలు మనసును చికాకు పరచకుండా చూసుకోవాలి. మీ వ్యక్తిత్వాన్ని ప్రచార సోపానంగా మలచుకోండి.

జర్నలిస్టుల మధ్యవర్తిత్వం అనవసరం

విలేఖరులు వార్తలు, వార్తలపై విశ్లేషణలు ప్రచురించేవరకే తమ కార్యకలాపాలు పరిమితం చేసుకోవాలా, సమాజంలో సభ్యుడుగా విలేఖరి హోదాలో ఏదేని సామాజిక, రాజకీయ సమస్య పరిష్కారానికి మధ్యవర్తిత్వం నెరపడంద్వారా పరిష్కారం సాధించడానికి ప్రయత్నించవచ్చా? ఇదెప్పుడూ వివాదాస్పదమైన విషయమే. వీరప్పన్ వ్యవహారంలో నక్కీరన్ తమిళ పత్రిక సంపాదకుడు మధ్యవర్తిత్వం నెరపుతున్నాడు. లోగల రాష్ట్రంలో కొందరు గ్రామీణ విలేఖరులు నక్సలైట్లకు, పోలీసులకు మధ్య సంధాన కర్తలుగా వ్యవహరించి ఇరువైపులనుండి వేధింపులకు గురయ్యారు. కనుక విలేఖరులు తమ వృత్తి ధర్మానికే పరిమితం కావాలి తప్ప ఏదో ఆకర్షణకు లోనై రాజకీయ క్రియాశీలతను ఆపాదించుకొని ఆపదలో చిక్కుకోరాదు. లేదంటే పత్రికా రచనకు స్వస్తి చెప్పి రెండో రంగాన్నే తమ కార్యరంగంగా ఎన్నుకొవడం శ్రేయస్కరం.

- శ్రీ జి.ఎస్.వరదాచారి

పార్టీ పత్రికలతో ప్రయోజనాలు ఎన్నెన్నో

సమాచారాన్ని అందచేయటానికి, చుట్టూ జరిగే పరిణామాలను వివరించటాని దినపత్రికలు, న్యూస్ మ్యాగజీన్లు ఉండగా పార్టీకోసమో లేదా నిర్దిష్ట పాఠకుల కోసమ (ఉదాహరణకు కోళ్ళ పెంపకందారులు, వినియోగదారులు, ఎన్.జి.ఓలు) ప్రత్యేకంగా పత్రిక నిర్వహించటం అవసరమా? అన్న ప్రశ్న ఉదయిస్తుంది. తెలుగు పత్రికలు మల్టీ ఎడిషన్ల విస్తరించి గ్రామ, రాష్ట్ర, జాతీయ, అంతర్జాతీయ పరిణామాలను తాజాగా అందిస్తున్నప్పు ఇంకా పార్టీకోసం, సంస్థకోసం వ్యయప్రయాసలకోర్చి ప్రత్యేకంగా వారపత్రికనో, పక్షపత్రిక తేవటం ఎందుకు? పైపైన చూస్తే ప్రత్యేకంగా పత్రిక ప్రచురించటం వ్యర్థం అనే సమాధా వస్తుంది.

కానీ సంస్థాగత ప్రయోజనాలను, కార్యకర్తలకు పార్టీ సందేశాన్ని చేరవేయవల అవసరాన్ని దృష్టిలో పెట్టుకుని చూస్తే ప్రత్యేక పత్రికవలన ప్రయోజనాలు ఉన్నాయి స్పష్టమవుతుంది.

ప్రధాన పత్రికలన్నీ జరిగిన పరిణామాలను జరిగినట్లుగా అందిస్తున్న దాఖలాలు లే పార్టీ పత్రికలుగా ప్రకటించుకోకపోయినప్పటికీ మనం చదివే పత్రిక ఏదో ఒక పార్టీ మొగ్గుచూపుతూ మరో పార్టీని వ్యతిరేకిస్తోంది. అంటే ఒక పార్టీని కొన్ని పత్రిక వ్యతిరేకించవచ్చు, సమర్థించవచ్చు. ఈ సమర్థనలు, వ్యతిరేకతలు శాశ్వతం కాకపోవ నిన్నటిదాకా ఒక పార్టీని సమర్థించిన ఒక పత్రిక తన వైఖరిని మార్చుకుని నేడు దుమ పోయవచ్చు.

వార్తలకు రంగులద్దే పత్రికలు

పత్రికా నిర్వహణ కూడా ప్రస్తుతం వ్యాపారంగా మారింది. పత్రికా యజమానుల స్వీ ప్రయోజనాలు, వ్యక్తిగత ఒత్తిడి కూటముల ప్రభావం ఆ పత్రిక పాలసీని ప్రభావితం చేస్తా యజమానుల విశ్వాసాలతోపాటు, పాత్రికేయుల విశ్వాసాలు, రాగద్వేషాలు కూడా వ తీరు తెన్నులకు రంగులు అద్దుతున్నాయి. తిమ్మిని బమ్మిని చేస్తున్నాయి. ఎవరికైనా క కలిగినా కూడా చేదు వాస్తవమేమంటే కొన్ని పత్రికల్లో సత్యనిష్ఠ కొరవడింది.

వక్రీకరణల ప్రమాదాన్ని అధిగమించే సాధనం

పార్టీ కార్యకర్తకు అవసరమైన విషయాన్ని పెద్ద పత్రికలు ఉపేక్షించవచ్చు. పార్టీపర ముఖ్యమైన విషయం పత్రికల్లో తెరమరుగు కావచ్చు. పార్టీకి చెందిన ప్రముఖ నాయక ఓమారుమూల ప్రాంతంలో కీలక ప్రసంగం చేయవచ్చు. ఆ ప్రసంగం ఏ పత్రికలో తగినవిధంగా ప్రచురణకు నోచుకోకపోవచ్చు. అలాంటప్పుడు ఆ ప్రసంగ విషయాలను ఆధ చేసుకుని పార్టీ పత్రికలో వ్యాసం ప్రచురించవచ్చు.

పార్టీకి సంబంధించిన వైఖరిని కొన్ని పత్రికలు వక్రీకరించి రాసే ప్రమాదం ఉంది. వక్రీకరణ చోటు చేసుకున్నప్పుడు, దానిని ఖండిస్తూ పార్టీ నాయకులు పంపే 'రిజాయిం

పత్రికలో తగినంత ప్రాముఖ్యంతో ప్రచురించకపోవచ్చు. వక్రీకరణ వార్త రాష్ట్రమంతటా పాఠకులకు చేరుతుంది. దానిని ఖండిస్తూ పంపిన ప్రకటనను జిల్లా ఎడిషన్‌కే పరిమితం చేయవచ్చు. ఇలాంటప్పుడు కూడా ఆ వైఖరిపై విడమరిచి చెప్పటానికి పార్టీ పత్రికలు బాగా ఉపకరిస్తాయి.

అలాగే పార్టీ జాతీయ నాయకుడు రాష్ట్రంలో పర్యటించాడనుకుందాం. ఆ నాయకుడి ప్రసంగాన్ని నాలుగు పత్రికలు నాలుగు రకాల ధోరణుల్లో ఇస్తాయి. ఎవరికి ఏది ముఖ్యాంశం అన్పిస్తే దానినే హైలైట్ చేస్తారు. ఈ క్రమంలో ఆ జాతీయ నాయకుడి ప్రసంగానికి సంబంధించిన సమగ్ర స్వరూపం ఆవిష్కరించబడదు. అన్ని పత్రికలూ ముందేసుకుని కూచున్నా కూడా ఒక్కోసారి ప్రసంగం తాలూకు సారం బోధపడదు. జాతీయ నాయకుడి ప్రసంగాన్ని ఎటువంటి రంగులు పులమకుండా, సమగ్రంగా పార్టీ కార్యకర్తలకు చేరవేయటానికి పార్టీ పత్రిక మంచి వేదిక అవుతుంది.

పార్టీ లైన్‌పై వివరణకు వీలు

ఈ నేపథ్యంలో పార్టీ కార్యకర్తలను ఫలానా పత్రికనే చదవండి అని ఏ పార్టీకూడా నిర్దేశించలేదు. పత్రికలలో పార్టీ నిర్ణయాలు, కార్యాచరణలపై వివిధ రకాల అభిప్రాయాలు వ్యక్తం అవుతుంటాయి. పార్టీ నిర్ణయాన్ని తూర్పారపడుతూ ఓ పత్రిక సంపాదకీయం రాయవచ్చు. ఆ సంపాదకీయం చదివిన పార్టీ కార్యకర్త ఆ ప్రభావంలో పడి, పార్టీ నిర్ణయం తప్పుకావచ్చు అనే దురభిప్రాయానికి రావచ్చు. అలాంటి అభిప్రాయానికి రావటంవలన అతడు పార్టీపట్ల ఉదాశీన వైఖరిని అవలంబించవచ్చు. పార్టీ చేపట్టే కార్యక్రమాల్లో చురుగ్గా పాల్గొనలేక పోవచ్చు. ఇలాంటి ప్రభావాలు దీర్ఘకాలంలో పార్టీకి చెరుపు కలిగిస్తాయి. పార్టీ ఒక నిర్ణయం తీసుకుంటే (ఉదాహరణకు ఎన్నికల్లో ఇతర పార్టీలతో పొత్తులు) ఆ నిర్ణయంతో దిగువస్థాయి కార్యకర్త విభేదించవచ్చు. నిన్నటిదాకా వ్యతిరేకిస్తూ వచ్చిన పార్టీతో ఇవాళ భుజం భుజం కలిపి పనిచేయాల్సి రావటం అతడికి మింగుడు పడకపోవచ్చు. కానీ ఫలానా పార్టీతో పొత్తు ఎందుకు కుదుర్చుకోవలసి వచ్చింది, ఏయే ప్రయోజనాలను ఆశించి సీట్ల సర్దుబాటు చేసుకోవలసి వచ్చింది, పొత్తువలన ఒనగూరే ప్రయోజనమేమిటి అనే విషయాలను వివరంగా పార్టీ కార్యకర్తకు విడమరిచి చెప్పటానికి ఒక వేదిక అవసరం. ఆ వేదికే పార్టీ పత్రిక.

ప్రసంగాంశాలకు ఊతంగా

పార్టీ లైన్‌ను విడమరిచి చెప్పటంతోపాటు, కిందిస్థాయి కార్యకర్తల, నాయకుల అవసరాలను కూడా తీర్చవలసి వస్తుంది. గ్రామ, మండల స్థాయిల్లో లేదా జిల్లా స్థాయిల్లో జరిగే సభలు సమావేశాల్లో పార్టీ నాయకులు ప్రసంగించాల్సి ఉంటుంది. అలాగే విలేకరుల సమావేశం నిర్వహించి తమ పరిధిలోని విషయాలపై అభిప్రాయాలను వ్యక్తం చేయవలసి ఉంటుంది. పార్టీ శ్రేణులకు ప్రసంగాంశాలను అందజేయడానికి పార్టీ పత్రిక ఉపకరిస్తుంది. పార్టీ పత్రికలో పార్టీకి సంబంధించిన సమగ్ర సమాచారం ఉంటుంది. వివిధ అంశాలపై పార్టీ వైఖరి ఏమిటో కూడా వ్యాసాల రూపంలో తేటతెల్లం అవుతుంది. ప్రత్యర్థి పార్టీల విధానాలను సహేతుకంగా విమర్శిస్తూ కూడా కొన్ని వ్యాసాలు ఉంటాయి. ఇలా సొంత పార్టీ

లైన్‌తోపాటు ప్రత్యర్థులైన పార్టీలపై చేసే విమర్శలు పార్టీ కార్యకర్తలు, నాయకులకు బా
ఉపకరిస్తాయి. పార్టీ పత్రికను ఏమేరకు శ్రద్ధగా చదువుతున్నారు, వారు చదివి తెలుసుకు
విషయాలపై ఏమేరకు హోమ్‌వర్క్ చేస్తున్నారు అన్న దానిపై తుది ఫలితాలు, ప్రయోజనా
ఆధారపడి ఉంటాయి. చందా కట్టేయడంతోనే మన పని పూర్తయిందని చెప్పి, పత్రిక ఇంటి
పోస్ట్‌లో వచ్చినా చదవకుండా పక్కన పడేస్తే ఒనగూరే ప్రయోజనాలేమీ వుండవు.

పార్టీ పత్రికల ప్రచురణలోని ప్రధాన ఉద్దేశాన్ని కార్యకర్తలు కూడా గ్రహించగలిగినప్పు ఆ పత్రిక ప్రచురణ లక్ష్యాలు నెరవేరతాయి. లేకుంటే ఇంత శ్రమా వృధా అవుతుంది.

కార్యాచరణకు సన్నద్ధం

పార్టీ ఉద్యమాల వంటివి చేపట్టినప్పుడో, ఎన్నికల వంటి ప్రత్యేక సందర్భాల్లోనో క్రియా కార్యకర్తలను కార్యాచరణకు పురికొల్పాల్సి ఉంటుంది. నిద్రాణంగా ఉన్న కార్యకర్త ఉత్సాహం నింపి నిర్దిష్ట లక్ష్యసాధనకు సమాయత్తం చేయాల్సి ఉంటుంది. ఇలాంటప్పు కూడా పార్టీ పత్రికలు పార్టీకి, కార్యకర్తలకు అనుసంధానంగా ఉండి సందేశాన్ని చేరవే గలుగుతాయి.

దిన పత్రికల్లో అన్నివర్గాల పాఠకులకు ప్రత్యేక శీర్షికలు ఉన్నప్పటికీ మనం పని కార్యరంగంపై ఏ పత్రికా సవివరమైన సమాచారం అందజేయలేదు. ఉదాహరణకు రైత సమస్యలపై, వివిధ రుతువుల్లో పంటల సాగు, సస్యరక్షణ వంటి అంశాలకు సంబంధి చాలా పత్రికలు శీర్షికలు నిర్వహిస్తున్నాయి. ఈ శీర్షికలే పూర్తి ప్రయోజనాలను నెరవేర్చలే ఉదాహరణకు కోళ్ళపెంపకందారులను తీసుకోండి. వీరికి నిర్దిష్ట సమస్యలు ఉంటా కోళ్ళ పరిశ్రమకు సంబంధించి తెలియచెప్పాల్సిన మెలకువలు ఉంటాయి. ప్రపంచవ్యాప్త కోళ్ళపరిశ్రమ ఏ స్థాయిలో ఉందో చెప్పాల్సిన అవసరమూ ఉంటుంది. ఇలా రైతుల్లో ప్రత్యేక కేటగిరికి చెందిన వారికోసం దినపత్రికలు లేదా మాసపత్రికలు నిరంతరం సమాచా అందివ్వటం సాధ్యపడదు. అందుకే కోళ్ళపెంపకందారులకోసం కూడా ప్రత్యేకంగా పత్రిక వెలయిస్తున్నారు. అలాగే వినియోగదారుల ఉద్యమానికి సంబంధించి కూడా ప్రత్యేక పత్రి అవసరం ఎప్పుడూ ఉంటూనే ఉంటుంది.

పార్టీ పత్రికలకు పరిమితులు

పార్టీ పత్రికలుగానీ, ప్రత్యేక పత్రికలుగానీ నిర్వహించదలచుకున్నప్పుడు వాటికి క పరిమితులు అనివార్యంగా ఉంటాయి. నిర్దిష్ట శ్రేణి పాఠకులు పరిమితంగా ఉంటారు. పాఠకులు అందరూ కూడా మన పత్రికను విధిగా చదువుతారన్న నమ్మకమూ ఉండ అంటే పార్టీ పత్రికలయినా, ప్రత్యేక పత్రికలయినా ఒక స్థాయికి మించి సర్క్యులేషన్ పెంచ సాధ్యం కాదు. పరిమిత సర్క్యులేషన్‌తో, పరిమిత ఆదాయ వనరులతో పత్రికా నిర్వహ బాధ్యతను చేపట్టాల్సి వస్తుంది. ఈ పత్రికలను మిగతావాటిలా దుకాణాల్లో ఉం విక్రయించడమూ సాధ్యంకాకపోవచ్చు. అలా విక్రయించటంలో పంపిణీ సమస్యలు అనే ఉంటాయి. ఏజెంట్లకు కమిషన్లు ఇవ్వాల్సి వస్తుంది. ఈ కారణంగానే పత్రికకు చందాదారుల చేర్పించుకుని నేరుగా పాఠకులకు పత్రికను అందచేయవలసి వస్తుంది. పత్రిక

చందాదారులకు పోస్ట్ చేయాలంటే తపాలాశాఖవారి అనుమతి తీసుకోవాలి. పత్రిక ప్రారంభించేటప్పుడే ఢిల్లీలోని రిజిస్ట్రార్ ఆఫ్ న్యూస్‌పేపర్స్ (ఆర్.ఎన్.ఐ)నుంచి పత్రిక పేరును క్లియర్ చేయించుకోవాలి. ఆర్.ఎన్.ఐ వారి రిజిస్ట్రేషన్ ఉన్న పత్రికలకే తపాలాశాఖ వారు రాయితీ రేట్లలో పోస్ట్ చేసుకోవడానికి అనుమతి ఇస్తారు. పోస్ట్ చేసే పత్రికల సంఖ్య ఎక్కువ ఉంటుంది. కనుక పత్రికను పోస్ట్ చేయటానికి తపాలాశాఖ వారు నిర్దిష్ట తేదీలను కేటాయిస్తారు. ఆ తేదీల్లోనే పత్రికను పోస్ట్ చేయాలి. అంటే పోస్ట్ చేసే తేదీకల్లా పత్రికను సిద్ధం చేసుకోగలగాలి. ఒకవేళ ఆ తేదీనాటికి పత్రిక ప్రచురణ పూర్తి కాదనుకుంటే తగినంత ముందుగా మరో తేదీకి అనుమతి కోసం దరఖాస్తు చేసుకోవాలి. అంటే పత్రికా నిర్వాహకులు నిర్ణీత తేదీకల్లా పత్రిక ప్రచురణను పూర్తి చేసుకోవటంపై ప్రత్యేక దృష్టి కేంద్రీకరించక తప్పదు.

వాణిజ్య ప్రకటనలు

వాణిజ్య ప్రకటనల విషయంలోనూ పార్టీ పత్రికలకు పరిమితులు ఉన్నాయి. సాధారణ పత్రికల మాదిరి ఏ ప్రకటననైనా ఆమోదించి ప్రచురించటం సాధ్యం కాకపోవచ్చు. ఏ పత్రిక మనుగడకైనా వాణిజ్య ప్రకటనలే ఆధారం. కానీ డబ్బు వస్తోంది కదా అని ఏ ప్రకటననైనా ప్రచురించటం వీలుపడదు. ఆరోగ్య సంబంధ విషయాల పత్రికలో సిగరెట్ కంపెనీ వారి ప్రకటన వేయలేం. అలాగే కార్మికులకు అంకితమైన పత్రికలో కార్మికుల సమ్మెనో, ఉద్యమాన్నో నిరసిస్తూ యాజమాన్యాలు జారీచేసే ప్రకటనను ప్రచురించటం కుదరదు. మనం వ్యతిరేకించే పార్టీ రాష్ట్రంలో అధికారంలో ఉండవచ్చు. ఆ పార్టీ ప్రభుత్వం అనుసరించే విధానాలపైనా, సంక్షేమ పథకాలపైనా రాష్ట్ర సమాచారశాఖ జారీచేసే ప్రకటనలను ప్రచురించటం పత్రిక ప్రయోజనాలను దెబ్బతీస్తుంది. పత్రికలోని వ్యాసంలో రాష్ట్రప్రభుత్వ విధానాన్ని ఎండగడుతూ వ్యాసం రాసి, ఆ పక్కపేజీలో ఆ విధానాన్ని ప్రశంసిస్తూ ప్రభుత్వం వారిచ్చే ప్రకటనను ఎలా ప్రచురించగలం? ఒకవేళ అలా ప్రచురించినా మన పత్రిక చదివే కార్యకర్త మదిలో విరుద్ధ అభిప్రాయాలు ఏర్పడతాయి. పార్టీ శ్రేయోభిలాషులు, మన లక్ష్యంతో ఏకీభవించే వర్గాలనుంచి మాత్రమే వాణిజ్య ప్రకటనలను ఆమోదించి ప్రచురించ వీలవుతుంది.

సంపాదకుడి ఎంపిక

పార్టీ పత్రికను నిర్వహించటం కోసం ఒకరిద్దరు వ్యక్తులకు బాధ్యత అప్పగించాల్సి వస్తుంది. సాధారణంగా పార్టీ పత్రికల ప్రచురణకర్తగా ఆ పార్టీయే ఉంటుంది. ప్రధాన సంపాదకుడిగా పార్టీ నాయకుడు ఉండవచ్చు. అయినా ప్రతి సంచికలోని ప్రతి పేజీని రూపుదిద్దటం ఆ పార్టీ నాయకుడికి సాధ్యంకాదు. తీరుబడిలేని పని ఒత్తిడులు ఇందుకు ఒక కారణం. పత్రిక బాధ్యతను ఎడిటర్‌తో సమానమైన హోదాలో మరొకరికి అప్పగించాలి. సాధారణ పత్రికల్లో అయితే జర్నలిజంలో అనుభవం గడించిన ఎవరినైనా ఈ పోస్ట్‌కు ఎంపిక చేయవచ్చు. పార్టీ పత్రికల్లో అలా కుదరదు. పార్టీపట్ల అంకిత భావం కలిగి, పార్టీ విధానాలపట్ల అవగాహన ఉండి, విశ్వసించదగిన వారినే ఈ బాధ్యతకు ఎంపిక చేసుకోవలసి ఉంటుంది. ఇలాంటి వ్యక్తికి పార్టీపట్ల అంకిత భావంతోపాటు వివిధ విషయాలపై అవగాహన, రచనా నైపుణ్యం కావాలి. పార్టీలో పనిచేస్తున్న వారిలో జర్నలిజంలో ప్రావీణ్యం కలిగిన వారిని అన్వేషించి

పట్టుకోగలగటం అంత తేలిక కాదు. ఇటు పార్టీ లైన్, అటు వృత్తితత్వం సమపాళ్ళలో కలి సమర్థుడైన వ్యక్తిని ఎంపికచేసి పత్రిక బాధ్యత అప్పగించాలి. అప్పుడే పత్రిక నిర్దేశిత లక్ష్యాల అనుగుణంగా ముందుకు సాగుతుంది.

ఈ ఎడిటర్ కూడా ఒక్కరే అన్ని పేజీలను స్వయంగా రాసి నింపటం సాధ్యంకాకపోవ పత్రిక అవసరాలకు తగినట్లుగా ఇతరుల చేత వ్యాసాలు రాయించాల్సి వస్తుంది. ప నిర్ణీత సమయాల్లో ప్రచురణ ముగించుకోవాలంటే సకాలంలో అన్నిపేజీలకు కావల వ్యాసాలను సమకూర్చుకోవడం అవసరం. పార్టీలైన్ తెలిసిన ప్రతివారూ వ్యాసాలను రాయలే ఒకవేళ రాసినా ఆ వ్యాసంలోని భాష సరళంగా ఉండకపోవచ్చు. ఒక్కోసారి మొత్తం వ్యా తిరస్కరించాల్సి రావచ్చు. లేదా పూర్తిగా తిరగరాయాల్సి రావచ్చు. ఇలా ప్రతి వ్యాసాన్ని తిరగ ప్రచురించటమంటే కష్టం. పార్టీ పత్రికకు వనరులు పరిమితంగా ఉంటాయి క అవసరమైనమేరకు ఉపసంపాదకులను నియమించుకోవటం కుదర్దు. పార్టీ లైన్ తెలి వారినుంచి క్రమం తప్పకుండా వ్యాసాలను ఇతర ఫీచర్లు, కాలమ్‌లను పొంద కుదరనప్పుడు ఇతరులపై ఆధారపడాలి. ఈ ఇతరులు జర్నలిస్టులు కావచ్చు. వీరికి పార్టీలై పూర్తి అవగాహన ఉండదు కనుక వీరు రాసే వ్యాసాల్లో పార్టీ విధానానికి విఘాతం కలి అంశాలు ఏమైనా ఉన్నాయేమో తరచి చూడాలి. పార్టీతో మమేకం కానివారు రాసే వ్యా ఒక్కోసారి గాఢత కూడా లోపించవచ్చు. బాగా దట్టించి పేల్చాల్సిన పాయింట్ మిస్ కావ

పార్టీ నాయకుల ఒత్తిళ్ళు

పార్టీలో వివిధ స్థాయి నాయకులు పార్టీ పత్రికద్వారా వ్యక్తిగత ప్రచారాన్ని ఆశిస్తుంట "మన పత్రికలో నా ఇంటర్వ్యూ ప్రచురించు, లేదా నా వ్యాసం ప్రచురించు, నేను నిర్వహి ధర్నా కార్యక్రమం ఫోటో ప్రముఖంగా వేయి" అంటూ పరోక్షంగా ఒత్తిళ్ళు వస్తుంట కొంతమంది నాయకులు 'నేను పాయింట్లు చెప్తాను, అవి నోట్ చేసుకుని మీరే వా రాసి నా పేరుతో ప్రచురించండి' అని పత్రిక ఎడిటర్‌పై ఒత్తిడి తెస్తారు. ఆ పత్రిక ఎ విధిలేని పరిస్థితుల్లో వ్యాసం రాసి ఆ నాయకుడి పేర ప్రచురించాల్సి రావచ్చు. పార్టీ ప బాధ్యతలను చూసే వారిపై ఇలా నాయకుల ఒత్తిళ్ళు ప్రసరించకుండా చూడాల్సిన బా ఆయా పత్రిక ప్రచురణ కర్తలపై ఉంటుంది. అలా కానప్పుడు మొహమాటానికి క కొందరు నాయకుల వ్యాసాలు, ఇంటర్వ్యూలే ప్రచురిస్తూపోతే పత్రిక అసలు లక్ష్యా విఘాతం ఏర్పడుతుంది. వ్యక్తిగత ప్రచారవేదిక స్థాయికి పత్రిక దిగజారుతుంది.

ఇంటర్వ్యూలలోనూ తప్పని తిప్పలు

సాధారణ పత్రికకు ఇంటర్వ్యూ చేసే విలేకరి స్వేచ్ఛగా ప్రశ్నలను సంధించగలుగుత ఇరకాటంపెట్టే ప్రశ్నలను నిర్భయంగా అడగగలుగుతాడు. నాయకుడు ఒక ప్ర సమాధానాన్ని దాటవేస్తే, ఫలానా ప్రశ్నపై సమాధానాన్ని దాటవేశారనో, సమాధానం చెప్పట నిరాకరించారనో రాసే స్వేచ్ఛ ఉంటుంది. పార్టీ పత్రిక విలేకరికి అంత స్వేచ్ఛ ఉండ పార్టీ పత్రికకు పార్టీ నాయకుడిని ఇంటర్వ్యూ చేసే విలేకరి అనేక పరిమితులకు లో నడచుకోవలసి ఉంటుంది. పార్టీ నాయకుడిని క్రిటికల్ కొశ్చెన్ అడిగితే ముఖం చిట్లిస్తా

"దీనికి సమాధానం చెప్పాలా?" అన్నట్లు చూస్తాడు. అదే నాయకుడు ఇతర పత్రికలకు ఇంటర్వ్యూ ఇవ్వటానికి సిద్ధపడినప్పుడు అతడు వ్యవహరించే తీరు వేరుగా ఉంటుంది. పార్టీ పత్రిక మనదికదా, మన పత్రికలో విలేకరివి ఇంత ఇబ్బందికర ప్రశ్నలు అడుగుతావా? అన్న ధోరణి కనపరుస్తారు. ఇలాంటప్పుడే వృత్తితత్వం లోపిస్తుంది. సాదాసీదా ప్రశ్నలు, వాటికి సాదాసీదా జవాబులతో ఇంటర్వ్యూని ముగించామనిపించాల్సి వస్తుంది. పార్టీ పత్రిక పట్ల ఆ పార్టీ నాయకుల సరళి మారినప్పుడే ఒక స్థాయిగల ఇంటర్వ్యూని అందించ వీలవుతుంది. పార్టీ పత్రిక చదివే కార్యకర్త కూడా పాఠకుడే అనే విషయాన్ని నాయకులు మరిచిపోకూడదు. ఆ పాఠకుడి పఠనాభిరుచిని దృష్టిలో పెట్టుకుని, ఇబ్బంది కల్గించే ప్రశ్నకయినా ఓపిగ్గా సమాధానం చెప్పగలగాలి. ఏదైనా ఒక అంశంపై కార్యకర్తలకు అవగాహన కలిగించటం కోసం ప్రశ్న అడిగితే ఆ అంశంపై అంతగా అవగాహన లేని నాయకుడు 'ఈ ప్రశ్న వద్దులే' అని పార్టీ పత్రిక విలేకరికి నిర్మొహమాటంగా చెప్తాడు. ఇలాంటప్పుడు ఆ ప్రశ్న తొలగించటం మినహా మరో గత్యంతరం ఉండదు.పార్టీ విధానంలోని మంచి, చెడులను చర్చించి ఆత్మవిమర్శ చేసుకోవటంద్వారా సత్ఫలితాలు ఉంటాయి. ఇలాంటి సందర్భాల్లో పార్టీ విధానం గురించి విమర్శనాత్మకంగా ప్రశ్న అడిగితే ఆ నాయకుడు విశాల హృదయంతో సమాధానం చెప్పగలగాలి. ఆత్మవిమర్శ పేరిట అన్ని విషయాలను పత్రికద్వారా బహిర్గతం చేస్తారా? అంటూ ప్రతికూల వైఖరిని అవలంబించకూడదు.

ఫోటోల విషయంలో

మామూలు పత్రికల్లో అన్ని పార్టీల నాయకుల ఫోటోలను సందర్భాన్నిబట్టి స్వేచ్ఛగా ప్రచురించుకునే వీలుంటుంది. కానీ పార్టీ పత్రికలో అలా వీలుకాదు. పార్టీ కార్యక్రమాల ఫోటోలు, జాతీయ, రాష్ట్రస్థాయిల్లో కీలకపాత్ర పోషిస్తున్న నాయకులు ఫోటోలను మాత్రమే ప్రచురించాల్సి వస్తుంది. ఒక జాతీయ నాయకుడి ఫోటోను ప్రతి సంచికలోనూ ఆయా సందర్భాన్ని బట్టి ప్రచురించాల్సి రావచ్చు. ఇలాంటప్పుడు వివిధ యాంగిల్స్‌లో ఉన్న ఫోటోలను వివిధ సందర్భాల్లో వినియోగిస్తే పాఠకులకు కలిగే మొనాటనీని కొంతవరకైనా తగ్గించవచ్చు.

పార్టీ కార్యకర్తలు గ్రామ, మండలస్థాయిల్లో ధర్నాలు, ఖాళీకుండల ప్రదర్శనలు వంటివి జరిపినప్పుడు పార్టీ పత్రికకోసం ఫోటోలు తీయించి ప్రచురణకోసం పంపాలన్న స్పృహ చాలామందికి ఉండదు. ఒకవేళ పంపినా ఆ ఫోటో ప్రచురణ యోగ్యంగా ఉండదు. ఫోటో ప్రింట్ డల్‌గా ఉండటంవల్ల ప్రచురిస్తే అచ్చులో ముఖాలు గుర్తుపట్టలేనట్లుగా ఉంటాయని భావించినప్పుడు ఆ ఫోటోను ప్రచురించటం సాధ్యపడదు. పైగా రాష్ట్రవ్యాప్తంగా పార్టీ ఏదేని నిర్దిష్ట అంశంపై ధర్నా కార్యక్రమం నిర్వహించిందనుకుందాం. అన్ని ఊళ్ళనుంచి తాజా సంచిక కోసం ధర్నా ఫోటోలే వస్తాయి. ప్రతి పేజీలోనూ ధర్నా ఫోటోలను పరిమితికి మించి ప్రచురించటం బాగోదు. కార్యకర్తలు పంపిన ఫోటో అచ్చులో రాకపోతే వారు నిరాశ చెందే ప్రమాదం ఉంది. ఒకసారి తాము పంపిన ఫోటో ప్రచురించకపోతే ఈసారి మరో కార్యక్రమం నిర్వహించినప్పుడు, ఫోటో తీయించి పంపటంపై కార్యకర్త శ్రద్ధ చూపకపోవచ్చు. క్రితంసారి బోలెడు డబ్బు ఖర్చుపెట్టి, ఫోటోగ్రాఫర్‌ను పెట్టి ఫోటోలు పంపిస్తే ఒక్కటి కూడా రాలేదు.

ఇంకెందుకు ఫొటోలు పంపటం? మన పత్రికలో మన ఫొటోలే వేయకపోతే ఇతర పత్రిక ఎవరు వేస్తారు? వంటి నిర్వేదపు పలుకులు కార్యకర్తలనుంచి వెలువడుతుంటాయి.

కార్యకర్తలు కూడా పత్రికా నిర్వాహకులు ఎదుర్కొనే ఒత్తిళ్ళను దృష్టిలో పెట్టుకోవా మామూలుగా కంటే విభిన్నంగా ఆకట్టుకునే రీతిలో ఫొటో తీయించి పంపటంపై శ్రద్ధ చూప ఏదైనా కార్యక్రమం నిర్వహిస్తే ఆ కార్యక్రమం పూర్తయ్యాక గ్రూప్‌గా నిలుచొని తీయిం ఫొటోవల్ల ఆశించిన ప్రయోజనం ఉండదు. రక్తదాన శిబిరం నిర్వహించినప్పుడు నాయకు ప్రముఖుడో రక్తదానం చేస్తున్నప్పుడు ఫొటో తీయించి పంపాలి. ఏ పత్రికకు ఫొటో పంపి ప్రచురించకపోయినా సరే ఆ ఫొటోను వాపసు ఇవ్వాలని కోరకూడదు. ఫొటో కు సాంకేతికంగా అచ్చులో వచ్చేట్లు చూడాలి. ఇందుకోసం మంచి ఫొటోగ్రాఫ‌ నియమించుకోవాలి. ఉత్సాహంకొద్దీ ఇంట్లో ఉన్న డొక్కు కెమెరాతో ఫొటోలు తీయి అవి సరిగారాకున్నా పత్రికకు పంపితే ప్రయోజనం లేదు. పత్రికలో ఫొటో రావాలంటే తేదీలోగా ఫొటో పంపాలో కూడా కార్యకర్తలు తెలుసుకుని ఉండాలి. ఉదాహరణకు పక్షపత్రిక ఉందనుకుంటే నెలలో రెండుసార్లు వెలువడుతుంటుంది. ఆ పత్రిక ప్రతి సం తయారీకి సంబంధించి నిర్ణీత తేదీలు ఉంటాయి. పత్రికా పరిభాషలో దీనినే డెడ్‌లైన్ అంట ఆ డెడ్‌లైన్ లోపు ఫొటోగానీ ఇతరత్రా సమాచారంగానీ అందించగలిగినప్పుడే ఆ సంచి ప్రచురణకు వీలవుతుంది. ఆ సంచికకు కాకుండా ఆ తదుపరి సంచికలో ప్రచురించా అప్పటికి ఆ ఫొటోకి కాలం చెల్లుతుంది.

కార్యకర్తలకు, పార్టీకి వారధి

పార్టీ పత్రికలను సమర్థంగా నిర్వహించగలిగినప్పుడు కార్యకర్తలకు, పార్టీకి మధ్య సమాచార వారధిని ఏర్పరచి అద్భుత ఫలితాలు సాధించవచ్చు. పార్టీ పత్రికా నిర్వ అనేది కత్తిమీద సాములాంటిది. పార్టీ విధానాలను ఎప్పటికప్పుడు ఆకళించుకుంటూ, విధానాల్లో వస్తున్న మార్పులను గమనించుకుంటూ ఆయా విషయాలను కార్యకర్త చేరవేయగలగాలి. పార్టీ పత్రికల్లోనూ వృత్తితత్వానికి పెద్దపీట వేసినప్పుడు ఆ ప కార్యకర్తలను ఆకర్షించగలుగుతుంది. వ్యాసాలు, ఫీచర్ల రచనాశైలి నుంచి, శీర్షికార ఒకప్ మొదలైన విషయాల్లో పత్రికకు పరిమితులు, ఒత్తిళ్ళు ఉన్నప్పటికీ ఒ ాపుదిద్దగలిగితే ఈ పత్రిక చక్కటి ప్రచార అస్త్రంగా ఉపకరిస్తుంది. సానుకూల ఫలితా ాధించిపెడుతుంది. లాభాలు ఆర్జించి పెట్టకపోయినా సందేశాల పరివ్యాప్తితో కార్యకర్త చైతన్యపరుస్తుంది. పార్టీకి పునాది అయిన శ్రేణులను సమాయత్తపరుస్తుంది.

హౌస్ జర్నల్స్‌ను ఇలా నడపవచ్చు

ప్రైవేట్ సంస్థలు, ప్రభుత్వ సంస్థలు, కంపెనీలు క్రమబద్ధంగా నడిపే పత్రికలను హ జర్నల్స్ అంటారు. ఈ సంస్థలు లేక కంపెనీలు తమ ఉద్యోగినే ఎడిటర్‌గా నియమి అతడికి పత్రికా నిర్వహణ బాధ్యతను అప్పగిస్తాయి. కొన్ని పెద్ద కంపెనీలు మాత్రం ఇలా పత్రికలు నడపడంలో నిపుణులైనవారికి ఈ పని అప్పగిస్తాయి. సంస్థ ఆర్థిక స్థోమతను బ పత్రిక పుటలను బట్టి ఎడిటర్ వేతనం నిర్ణయిస్తారు. బొంబాయిలో కొన్ని కంపెనీలు త

హౌస్ జర్నల్స్ ఎడిటర్స్‌కు నెలకు పది వేలు కూడా ఇస్తున్నాయట. మీరో కంపెనీలో లేదా వ్యాపార సంస్థలో ఏదో ఉద్యోగిగా పనిచేస్తూండచ్చు. మీకు హౌస్ జర్నల్ నిర్వహణలో నైపుణ్యం ఉందనిపిస్తే మీకే ఆ బాధ్యత అప్పగించొచ్చు. లేదా మీరు ఫ్రీలాన్సర్‌గా కూడా హౌస్ జర్నల్ నిర్వహించి వేతనం పుచ్చుకోవచ్చు. కొన్ని సంస్థలు మాసపత్రికలను మరికొన్ని పక్ష పత్రికలను నిర్వహిస్తున్నాయి. బైమంత్లీలు (రెండునెలలకో పత్రిక) నడిపేవీ ఉన్నాయి. సాధారణంగా కంపెనీలకు, సంస్థలకు మాసపత్రికలే అనువుగా ఉంటాయి.

హౌస్ జర్నల్స్ ప్రధానంగా రెండు రకాలు

1. ఇంటర్నల్ హౌస్ జర్నల్ 2. ఎక్స్‌టర్నల్ హౌస్ జర్నల్.

ఇంటర్నల్ హౌస్ జర్నల్: ఒక సంస్థలోని సిబ్బందికోసం నడిపే పత్రికను ఇంటర్నల్ హౌస్ జర్నల్ అంటారు. ఈ పత్రిక ప్రధాన లక్ష్యాలు (ఎ) ఉద్యోగుల సహకారం పొందటం (బి) ఉద్యోగులు సాధకబాధకాలు తెలుపుకోడానికి వేదిక కల్పించటం (సి) సంస్థ లేక కంపెనీ లక్ష్యాల గురించి, కార్యక్రమాల గురించి వారికి తెలపడం (డి) వారిలో క్రమశిక్షణ పాదుకొల్పడం.

ఉద్యోగులు సాధక బాధకాలు చెప్పుకోడానికి అవకాశమివ్వటంద్వారా వారి రచనలను పత్రికలో ప్రచురించి వారికి ఆత్మసంతృప్తి కలిగించడంద్వారా వారి సహకారాన్ని పొందడం సాధ్యం. పత్రికలో సంస్థ లేదా కంపెనీ తాలూకు కార్యక్రమాలు, లక్ష్యాలగురించి తెలపడంద్వారా ఉద్యోగుల్లో శ్రమ చైతన్యాన్ని పెంచవచ్చు. హౌస్ జర్నల్స్ ఉద్యోగుల్లో క్రమశిక్షణ పెంపొందిస్తాయంటే వినడానికి కాస్త ఆశ్చర్యంగానే ఉండొచ్చు. ఇటీవల హైదరాబాద్‌లోని ఓ కంపెనీ అనుభవం మీకిక్కడ చెప్పాలి. ఓ కంపెనీలో సుమారు ఆరు వందల మంది కార్మికులు, ఉద్యోగులు ఉన్నారు. ఆ కంపెనీ ఓ జర్నలిస్టును నియమించి హౌస్ జర్నల్ నడుపుతోంది. కార్మికుల్లో ఎక్కువమంది తరచుగా నిష్కారణంగా పనులకు గైర్హాజరయ్యేవారు. ఫ్యాక్టరీ మేనేజర్ ఈ విషయం మన హౌస్ జర్నల్ ఎడిటర్‌కు వివరించాడు. ఎడిటర్‌కు ఓ ఉపాయం తట్టింది. వెంటనే తన పథకాన్ని అమలు పరచడం ప్రారంభించాడు. రెండో నెలలోనే సత్ఫలితాలు ప్రారంభమయ్యాయి. మేనేజ్‌మెంట్‌వారు ఆ ఎడిటర్ జీతం కూడా అడక్కుండానే పెంచేశారు. ఆయన అమలు పరిచిన చిదంబర రహస్యం ఇదీ. తరుచుగా గైర్హాజరయ్యే కార్మికుల పేర్లు హౌస్ జర్నల్‌లో ప్రచురించేవారు. ఈనెలలో ఫలానా కార్మికుడు ఇన్ని రోజులు సెలవు వాడుకున్నాడంటూ వాళ్ళపేర్లు వాటి పక్కన వాడుకున్న సెలవుదినాల సంఖ్య ప్రచురించసాగారు. ఈ పేర్లు చూసి మరుసటిరోజే పర్సనల్ మేనేజర్, సెలవులు ఎక్కువ వాడేస్తున్నావు నీ ఇబ్బందులేమిటి? అని పరామర్శించేవాడు. ఇలా ఈ తతంగం రెణ్ణెల్లు సాగేసరికి కార్మికుల మనస్తత్వంలో మార్పు రాసాగింది. వాళ్ళు సెలవులు వాడుకునే శాతం మూడు నెలలకే 50 శాతం తగ్గిపోయిందట. మాటిమాటికి మ్యాగజీన్‌లో తనపేరు, పేరు పక్కన సెలవుల సంఖ్య కనిపించడం వాళ్ళకి సిగ్గనిపించి ఉంటుంది.

ప్రచురించే విషయాలు

హౌస్ జర్నల్స్‌లో సాధారణంగా ఈ కింది విషయాలు ప్రచురిస్తారు.

1. ఎడిటర్ సందేశం: మేనేజ్‌మెంట్ తరఫున ఎడిటర్ సిబ్బందికి సందేశమిస్తాడు. సంస్థ జరుగుతున్న ముఖ్యమైన విషయాలు వివరిస్తాడు. ఆ నెలలో ఉత్పత్తులు పెరిగివు సిబ్బందిని అభినందిస్తాడు. ఉత్పత్తి పడిపోతే ఎందుకు పడిపోయిందో వివరిస్తాడు. ఎడి సందేశం ప్రధాన లక్ష్యం ఏమిటంటే సంస్థకూ, సిబ్బందికీ మధ్య అవగాహన పెంచ తద్వారా కార్మికుల, ఉద్యోగుల వర్క్ కల్చర్ (పనిచేసే తత్వం)ను పెంచడం.

2. సిబ్బందిలో కాస్త సృజనాత్మక శక్తి ఉన్నవారు ఎంతో కొంతమంది ఉండకపో వారు గేయమో, కథో, వ్యాసమో రాస్తే దానికి నగిషీలు చెక్కి ప్రచురిస్తారు. కార్మికులే ఎవరైనా తమ రచన అచ్చయితే మురిసిపోతారు. అచ్చులో తమ పేరు చూసు సంబరపడతారు. రాయడం మొదలెడితే కొందరికది దాదాపు వ్యసనంగా తయారవుతు ఇక రాయకుండా ఉండలేరు. తీరిక దొరికినప్పుడల్లా రాయడం గురించే ఆలోచిస్తారు. ఆవే కొన్ని దురలవాట్లు కూడా తగ్గిపోయే అవకాశం ఉంది. అచ్చయిన తమ రచనల్లో ఉద్యో కార్మికులు తమ వ్యక్తిత్వం, గుర్తింపు చూసుకుంటారు. అంతకుముందు 600 మం కేవలం ఒకడు తను. ఇప్పుడు రచనలు అచ్చయిన పదిమందిలో ఒకడు. తన ప్రతిభాపాట విషయం నలుగురికీ తెలిసిందన్న సంతృప్తి, సంతోషం దక్కుతాయి.

3. లేఖలు: కార్మికులు, ఉద్యోగులు రాసే లేఖలను ప్రచురిస్తారు. చాలా ముఖ విషయాలను లేఖల రూపంలో వెల్లడించే అలవాటు కార్మికులకు అబ్బుతుంది. ఉదాహ కొత్త టెక్నాలజీ ప్రవేశపెడితే దాని సాధక బాధకాలగురించి, కొత్తటెక్నా మెరుగుపరచాలంటూ చేసే సూచనల గురించి లేఖల్లో రాయొచ్చు. మేనేజ్‌మెంట్‌కు ఆ సూచనలు ఉపకరించొచ్చు.

4. కార్మికుల పెళ్ళిళ్ళగురించి, ప్రమోషన్‌గురించి, వారికి వచ్చిన అవార్డుల గ ప్రచురించొచ్చు. "మన శంకర్రావు ఓ ఇంటివాడయ్యాడు" అంటూ అతని ఫోటోను శ్రీమతి ఫోటోను ప్రచురించి వారిని అభినందించొచ్చు. దురదృష్టవశాత్తు ఏ కార్మికుడ మరణిస్తే మృతివార్త వేయొచ్చు. అతడి కుంటుంబానికి కంపెనీ ఏదయినా సహాయం ఆ విషయం బాక్స్‌కట్టి ప్రచురించవచ్చు.

5. ముఖ్యంగా హాస్య రచనలు ప్రచురిస్తే బాగుంటుంది. పనిచేసేవారు అటు ఇటు ఫ్యాక్టరీల్లో నిరంతరం టెన్షన్‌కు గురవుతుంటారు. టెన్షన్ అన్నది పారిశ్రామిక లక్షణం. దీన్నుంచి తప్పించుకోవడం ఎవరితరమూ కాదు. హాస్యరచనో, వ్యంగ్య చదివితే లేదా కార్టూన్‌లు చూస్తే కాసేపయినా సరదాగా నవ్వుకోవచ్చు. మనసునిండా టెన్షన్ కొద్దిగా తగ్గుతుంది. బిగుసుకున్న నరాలు సడలిపోయే అవకాశం ఉంది. కనుక ఏత చెప్పేదేమంటే హాస్యరచనలకు, కార్టూన్లకు, జోక్స్‌కు విశేష ప్రాధాన్యమివ్వాలి. నవ్వు మ టానిక్ లాంటిది.

6. సాంస్కృతిక కార్యక్రమాలు, క్రీడా విశేషాలు: పండుగల సందర్భంగా సాంస్క క్రీడా కార్యరకమాలు నిర్వహించి ఆ విశేషాలను పత్రికలో ప్రచురించొచ్చు. ఇం

బహుమతులు వచ్చినవారి ఫొటోలు కూడా ప్రచురించాలి. సిబ్బందికి ఆటలమీద, సాంస్కృతిక కార్యకలాపాలమీద ఆసక్తి పెరిగేలా చూడాలి.

రిజర్వ్‌బ్యాంక్ ఆఫ్ ఇండియావారు 'విత్‌ఔట్ రిజర్వ్' అనే హౌస్‌జర్నల్ నడుపుతున్నారు. ఆ పత్రిక తరచుగా ఆలస్యంగా వెలువడుతుంది. పత్రిక ఆలస్యంపై చెన్నైలోని దాని విలేకరి ఇలా లేఖరాశారు.

"మన పత్రిక ఆలస్యంగా వెలువడటం ఏదో సామెతలాగా తయారైంది. పత్రిక జాప్యంపై ఛలోక్తులు కూడా విసురుకుంటున్నారండోయ్. పెళ్ళి ఫోటో పంపిస్తే ఏకంగా మొదటి పాప ఫొటో అచ్చేసిననాడే అదీ అచ్చు వేస్తున్నారు. ఇవాళ చిన్న పాప ఫోటో పంపిస్తే, ఆ పాప హైస్కూల్‌లో అడుగు పెట్టిన రోజు ఆ ఫోటో అచ్చవుతుందని జోక్ వేసుకుంటున్నారు. మొత్తానికి ఈ జోక్స్‌ని బట్టి తెలిసేదేమంటే, మన పాఠకులు పత్రికకోసం ఆత్రంగా ఎదురుచూస్తున్నారని. మీరు పత్రికను చాలా అందంగా ముస్తాబు చేస్తున్నారు. సంతోషం. అయితే అలా ముస్తాబయిన పత్రిక మా చేతుల్లోకి ఆలస్యంగా వస్తే ఏం బావుంటుంది చెప్పండి?

హెచ్.కృష్ణమూర్తి, విలేకరి, చెన్నై

అన్నట్టు రిజర్వ్‌బ్యాంకు హౌస్ జర్నల్ ఇంగ్లీషులోనూ, హిందీలోనూ వెలువడుతోంది. ఈ లేఖ ఇంగ్లీషు పత్రికలో ప్రచురితమైంది. లేఖలో హాస్యరసం ఉన్నా మొత్తానికి ఆలస్యంగా అచ్చవటంపై విమర్శే అది. అయినా అరమరికలు లేకుండా ఆ లేఖ అచ్చేశారు. పాఠకుల ఆదరాభిమానాలు పెంచుకోవాలంటే చిత్తశుద్ధి అవసరం. పత్రిక సకాలంలో రావటమా? ఆలస్యంగా వెలువడటమా? అన్నది మా ఆంతరంగిక వ్యవహారం అన్న ధోరణి మంచిది కాదు.

ఎక్స్‌టర్నల్ హౌస్ జర్నల్:

ప్రభుత్వ, ప్రైవేట్ సంస్థలు, కంపెనీలు బయటి పాఠకులకోసం నడిపే పత్రికను ఎక్స్‌టర్నల్ హౌస్ జర్నల్ అంటారు. ముఖ్యంగా పెద్దకంపెనీలు, సంస్థలు ఈతరహా పత్రికలు నడుపుతుంటాయి. ఎక్స్‌టర్నల్ హౌస్ జర్నల్‌లో సాధారణంగా ఈ అంశాలు ప్రచురిత మవుతాయి.

ప్రచురించే అంశాలు: 1. కంపెనీ ఉత్పత్తి చేసే సరుకుల గురించి, వాటి నాణ్యత గురించి సమాచారం.

2. అమ్మకాలు పెరిగిన వివరాలు, కస్టమర్లను ఆకర్షించటానికి ఉపకరించే ఇతర వివరాలు.

3. సంస్థలో కొత్తగా ప్రవేశపెట్టిన సాంకేతిక పద్ధతులగురించి వివరించొచ్చు. సేఫ్టీ మెజర్స్ గురించి కూడా తెలపొచ్చు. వీటిపై పాఠకుల సూచనలను ఆహ్వానించొచ్చు.

4. కంపెనీ షేర్ల విలువ వివరాలు: ఇన్‌వెస్టర్లకు ముఖ్యంగా చిన్నస్థాయి ఇన్‌వెస్టర్లకు ఈ వివరాలు అవసరం.

5. ప్రత్యేక ప్రచార కార్యక్రమాలేవయినా ప్రారంభిస్తే వాటి వివరాలు ప్రచురించొచ్చు. ప్రతి అంశంపైనా పాఠకుల సూచనలను, నిర్మాణాత్మక విమర్శల్ని ఆహ్వానించడంవల్ల పాఠకులకు, పత్రికకు మధ్య అవగాహన, అనుబంధం పెరుగుతుంది.

6. మార్కెట్ సమస్యలు: గ్లోబలైజేషన్ మూలంగా ఇవాళ అంతర్జాతీయ మార్కెట్ల పోటీ పెరుగుతున్నది. ఆ పోటీని తట్టుకోవడానికి కంపెనీ తీసుకుంటున్న, తీసుకోబోతు చర్యలగురించి వివరించాలి. ఇలా చేస్తే డీలర్లకు, ఏజెంట్లకు, కస్టమర్లకు విశ్వాస పెరుగుతుంది. పోటీని తట్టుకోవడానికి ప్రధానంగా కావలసింది సరుకు నాణ్యత పెంచట సరుకు నాణ్యత పెంచటం అందరికీ ఆసక్తిదాయకమే, ఉపయోగకరమే.

7. కస్టమర్ల అభిప్రాయాలను, సూచనలను ప్రముఖంగా ప్రచురించి సరుకులతోన పత్రికతోనూ వారి తాదాత్మ్యతను పెంచటం అవసరం.

ఇవి తెలుసుకోండి

మన దేశంలోని చట్టాల ప్రకారం ఎవరుపడితేవారు పత్రికలు నడపడానికి వీల్లేదు. 18 నాటి ప్రెస్ అండ్ రిజిస్ట్రేషన్ ఆఫ్ బుక్స్ యాక్ట్ ప్రకారం న్యూఢిల్లీలోని న్యూస్ పేపర్ రిజిస్ట్ర ఆఫీసులో మీరు ఫలానా పత్రిక తేబోతున్నట్లు వివరాలు నమోదవ్వాలి. ఈ నమోదు తతం ముగిశాక డిస్ట్రిక్ట్ మేజిస్ట్రేట్ ముందుగాని, ఆర్డీవోముందుగాని (పత్రిక ఉన్న ప్రాంతాన్ని బ మీరు డిక్లరేషన్ దాఖలు చేయాలి. ఆ డిక్లరేషన్‌లో హౌస్ జర్నల్ పేరు, ఏ భాషలో ప్రచురిం పక్షపత్రికా, మాసపత్రికా, ద్వైమాసికా, త్రైమాసికా స్పష్టంగా తెలపాలి. (దీన్నే పత్రిక పీరియాడి అంటారు) ఇంకా ప్రచురణకర్త, ముద్రాపకుడు, సంపాదకుడు వీరి పేర్లు ఇవ్వాలి. హ జర్నల్స్ సాధారణంగా 1/4 క్రౌన్ సైజులోగానీ, డమ్మీ సైజులోగానీ ఉంటాయి. అం నిర్ణీత సైజులో న్యూస్‌ప్రింట్ ముక్కలు చౌకగా దొరుకుతాయనుకోండి. ఆ సైజ్ ప్రకా పత్రిక నడుపుకోవచ్చు. ఫలానా సైజులో ఉండాలన్న రూలేదీ లేదు.

ఫ్యాక్టరీ వాతావరణంపైనా రాయొచ్చు

కంపెనీ ఆవరణలో హాయిగొల్పే పరిసరాలుండాలి. పచ్చికబయలు, పచ్చటి చె పూలకుండీలు, ఆఫీసుముందు ఖాళీస్థలం ఇవన్నీ ఉంటే కార్మికులకు చక్క పనిచేయబుద్ధవుతుందని పత్రికలో రాయొచ్చు. అలా రాయడంద్వారా అనువైన వాతావర ఎలా వినియోగించుకోవాలో సిబ్బందికి పరోక్షంగా తెలపొచ్చు. కార్మికుడు ఫ్యాక్టరీ లేక ఆవరణలో అడుగిడగానే అతడి ఇల్లు, సొంత సమస్యలు అన్నీ మరచిపోవాలి.

కొడవటిగంటి కుటుంబరావు నవల 'ఎండమావులు'లో రాజు అనే ప్రెస్ కార్మిక ఒక చోట ఇలాటి అనుభవమే ఎదురవుతుంది. ఈ వాక్యాలు చదవండి.

"రాజు ఎన్నడూ సినిమా స్టూడియోలుగాని, షూటింగుగాని చూడలేదు. స్టూడియో అడుగుపెడుతూనే అతను ఆ ఆవరణలో ఉన్న చెట్లూ, పూలమొక్కలూ, పచ్చిక తివా గమనించాడు. "చూశావా రంగా? ప్రతి ప్రెస్సు ఆవరణా ఇంత అందంగా ఉంచవ ఇటువంటిచోట పనిచేస్తుంటే కార్మికుడికి ఉత్సాహం ఉంటుంది. ఆత్మగౌరవం పెరుగుతు ఏవంటా?" అన్నాడతను.

ఈ సంగతి రంగారావుకు అదివరకు తట్టలేదు. అతను మొదటిసారి స్టూడియో అడుగుపెట్టినప్పుడే శ్రామికుడి మనస్తత్వం విసర్జించి మరీ అడుగుపెట్టాడు".

కార్మికులు చాలీచాలని జీతాలతో అవస్థలు పడుతుంటారు. వెలుతురూ, గాలీ, నీళ్ళూ

కొంపల్లో నివసిస్తుంటారు. ఇదిగో ఇది కొత్త లోకమేసుమా, చెట్లూ, పూలమొక్కలు, పచ్చిక తివాచీలు, పాలరాతి బొమ్మలు ఇవన్నీ మీకోసమే అన్న చైతన్యాన్ని కార్మికుల్లో కలిగించడానికి హౌస్‌జర్నల్ చక్కగా ఉపయోగపడుతుంది. పూలమొక్కల్నీ, చెట్లనీ, పట్టుతివాచీలాటి పచ్చిక బయలును కలర్‌ఫోటో చేసి ఫ్యాక్టరీ ఆవరణలోని ప్రకృతి సౌందర్యాన్ని వాళ్ళముందుంచాలి. 'ఇంటికన్న గుడి పదిలం' అన్నట్లు ఇంట్లో కన్నా ఆఫీసులో వాతావరణమే బాగుంది సుమా' అనుకుంటారు కార్మికులు.

హౌస్‌జర్నల్ నడపడానికి ముందు కొన్ని హౌస్‌జర్నల్స్ తెప్పించుకుని శ్రద్ధగా చదవండి. ఆ కంపెనీ కార్మికుల్నీ, పని పరిస్థితుల్నీ దృష్టిలో పెట్టుకుని దాన్నెలా నడుపుతున్నారో పరిశీలించండి. మీరు నడపబోయే పత్రిక పరిస్థితుల్నీ, కంపెనీ (లేక సంస్థ) పరిస్థితుల్నీ కార్మికుల స్థితిగతుల్నీ, వాళ్ళ స్థాయిని నోట్ చేసుకోండి. అవసరమనుకుంటే కార్మికుల లేక ఉద్యోగుల అభిప్రాయాలనీ సేకరించండి. వాళ్ళను సలహాలడగండి. సూచనలివ్వమనండి. నేను మేధావిని వాళ్ళనడిగేదేంటి? అనుకోవద్దు. హౌస్‌జర్నల్ ఎంతగా ప్రజాస్వామ్య పద్ధతిలో నడిపితే అంతగా అనుకూల స్పందన ఉంటుంది.

పత్రికల బహుముఖ బాధ్యతలు

పత్రికా రచనలో 'ఎజెండా సెట్టింగ్' అనేదొక ప్రక్రియ. దాన్నే 'విషయ నిర్దేశనం' అని చెప్పుకోవచ్చు. సమకాలీన వార్తల పఠనంలో పాఠకుడి ప్రాధాన్య క్రమాన్ని పత్రిక నిర్ణయించడమే విషయ నిర్దేశనం అని పత్రికా రచనాచార్యుల నిర్వచనం. సమాచారాన్ని అందించడం, విజ్ఞానాన్ని పెంపొందించడం, కొండొకచో వినోదాన్ని సమకూర్చడం ప్రసార మూల విధులు అనుకుంటే అంతే ప్రధానమైన బాధ్యత మరొకట్టుంటుంది. అది కాపలా బాధ్యత. అవినీతి, అక్రమాలు, అన్యాయాలు జరగకుండా సమాజానికి కావలి కాయవలసిన బాధ్యత. ఈ కాపలా బాధ్యతలలో విషయ నిర్దేశనం ఒకటని శాస్త్రం చెబుతుంది. పాఠకుడు సంపాదకవర్గం నిర్దేశించిన ప్రాధాన్యక్రమాన్ని పాటిస్తూ వార్తలను చదివేట్టు చేయడం, సందర్భవశాత్తు ఒక విషయం చెప్పాలి. పత్రికల్లోకన్నా దృశ్య ప్రసార మాధ్యమాల్లో విషయ నిర్దేశన ప్రభావం ఎక్కువ. పత్రికా పాఠకుడు నిర్దేశిత క్రమాన్ని విస్మరించే అవకాశం కొంత ఉంటుంది. అయినా పత్రిక దీక్షాదక్షతలను బట్టి విషయ నిర్దేశనం విజయవంతమవుతుంది.

- శ్రీ జి.ఎస్.వరదాచారి

కలివిడిగా ఉంటే కలిసొచ్చే కాలం



పత్రికలవారితో, రేడియో, టెలివిజన్ అధికార్లతో సామరస్యపూర్వక సంబంధాల కొనసాగిస్తూ తన పార్టీకి లేక సంస్థకు అవసరమైన ప్రచారాన్ని పొందగలిగే వ్యక్తిని మీడియ ఇన్‌ఛార్జ్ అంటారు. అయితే మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ పాత్ర దీనికే పరిమితమై లేదు. ఇతని పాత్రన ఒకే ఒక్క వాక్యంలో నిర్వచించడం సాధ్యమయ్యే పనికాదు. మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్‌గా వివి పత్రికలతో, రేడియో, టీవీలతో మీరే వ్యవహరిస్తారు కనుక మీకు స్థూలమైన పరిజ్ఞానంకా లోతయిన రాజకీయ పరిజ్ఞానం అవసరం. రాజకీయ చైతన్యం లేకుండా మీరు ఒక్క అడుగ కూడా ముందుకు వేయలేరు. ఒక్క పని కూడా ఇతరులతో చేయించుకోలేరు. మనదగ్గ పసవుంటేనే మన మాట ఎవరైనా ఖాతరు చేస్తారు.

రాజకీయ చైతన్యం: మీరు ఒక రాజకీయపార్టీకి మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్‌గా వ్యవహ రిస్తున్నప్పుడు మీ పార్టీ విధానాలగురించి, వివిధ అంశాలపై మీ పార్టీ వైఖరి గురించి క్షుణ్ణమై అవగాహన అవసరం. అదే చాలదు. దేశంలోని అన్ని జాతీయ రాజకీయ పార్టీల విధానాల వైఖరుల గురించి మీకు తెలిసివుండాలి. ఇండియాలో ప్రాంతీయ పార్టీలు ఏ చారిత్ర పరిస్థితుల్లో ఆవిర్భవించాయి? దేశాభివృద్ధిలో వాటి పాత్ర ఏమిటి? బిజెపి వివిధ రాష్ట్రా ప్రాంతీయ పార్టీలతో ఎన్నికల పొత్తు ఎందుకు పెట్టుకుంది? ఈ విషయంలో కాంగ్రెస్ ఎందు విఫలమైంది? రాజకీయ పార్టీలు ఎన్నికల్లో పొత్తులు పెట్టుకునే క్రమం ఇటీవలే ఎందు వచ్చింది? ఇంతకుముందు ఎందుకు లేదు? పొత్తుల్లో ఉన్న సాధకబాధకాలేమిటి? వ్యై

ప్రశ్నలకు మీవద్ద రెడీమేడ్ సమాధానాలుండాలి.

ముఖ్యంగా పదేళ్ళనుంచి మన దేశంలో హంగ్ పార్లమెంటు ఏర్పడిన ప్రతిసారీ స్థిరమైన ప్రభుత్వాలు ఎంచేత కొనసాగడంలేదు? రెండో ప్రపంచయుద్ధం దరిమిలా యూరప్‌లో ఏ పార్టీకి మెజారిటీ రాని పరిస్థితి ఏర్పడ్డప్పటికీ అక్కడ సుస్థిరత ఎందుకు కొనసాగింది? మన దేశంలో ఎందుకని ఒక పార్టీ ప్రభుత్వాన్ని మరో పార్టీ కాలుపట్టి లాగుతోంది? మనవాళ్ళ రాజకీయ సంస్కృతిలో లోపం ఏమిటి? వగైరా ప్రశ్నలకు కచ్చితంగా కాకపోయినా కనీసం స్థూలంగా అయినా జవాబు ఇవ్వగలిగే రాజకీయ పరిజ్ఞానం అవసరం. ప్రతి రాజకీయ పార్టీ విధానాన్నీ, వైఖరినీ, ఎన్నికల ఎత్తుగడలనూ గ్రహించగలగాలి. ఈ రాజకీయ పరిజ్ఞానం సంపాదించడానికి ఏకైక మార్గం అధ్యయనం. (ఎ) నిరంతరం జాతీయ దినపత్రికలు, వారపత్రికలు, పుస్తకాలు చదవాలి. రేడియో, టెలివిజన్‌లు ప్రసారంచేసే ప్రసంగాలను, చర్చలను, విద్వత్ గోష్ఠులను శ్రద్ధగా ఆలకించి ఆలోచనకు పదును పెట్టాలి. (బి) తరుచుగా మేధావులతో చర్చించాలి. ఈ రెండు పద్ధతులద్వారా రాజకీయ పరిజ్ఞానాన్ని పెంచుకోవచ్చు. ఒక్కోసారి విలేకరులు మిమ్మల్ని ఇరకాటంలో పడేసే ప్రశ్నలడుగుతారు. ఉదాహరణకు మీరు కాంగ్రెస్ మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ అనుకోండి "సుస్థిర ప్రభుత్వాలను పడగొట్టిన ఘనత కాంగ్రెస్‌కు గత ఇరవై ఏళ్ళుగా ఉందికదా. మరి ఇవ్వాళ మీరు మళ్ళీ అదే సుస్థిరత ప్రధానాంశంగా ఎన్నికల బరిలోకి దిగడం ఆశ్చర్యంగా లేదా?" అని మిమ్మల్నో విలేకరి ప్రశ్నించాడనుకోండి.

అప్పుడు మీరేం సమాధానం చెబుతారు? ఏ పరిస్థితుల్లో ఫ్రంట్ ప్రభుత్వాలకు మద్దతు ఉపసంహరించుకున్నారో ఎదుటివారు నమ్మేలా వివరించగలగాలి. అసలు సుస్థిరత అంటే కాంగ్రెస్ దృక్పథం ఏమిటో విశ్లేషించగలగాలి. 1989 నుంచి ఏ పార్టీకి మెజారిటీ రాని స్థితి ఎందుకు తలెత్తిందో చెప్పగలగాలి. ఉదాహరణకు మీరు బిజెపి మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ అనుకోండి "మీ పార్టీ నిన్నటిదాకా నైతిక విలువలకు కట్టుబడి ఉందన్న భావం ఉండేది. యు.పిలో మీరు అధికార పగ్గాలు చేపట్టిన వైనం చూస్తే ఆ భావం అదృశ్యమవుతుంది అని ఒక విలేకరి కామెంట్ చేస్తే మీరేం చెబుతారు? మీకు ముందు యు.పి పరిణామాలగురించి స్పష్టంగా తెలిసి ఉండాలి. బిజెపి అక్కడ గద్దెనెక్కడానికి దారితీసిన పరిస్థితులు, రాజకీయ పరిణామాల గురించి తెలిసివుండాలి. యు.పి పరిణామాలపై మీ పార్టీ నేతలు వ్యక్తం చేసిన అభిప్రాయాలను దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి. అన్ని కోణాలనుంచి ఆ పరిణామంపై స్పష్టమైన అవగాహన ఉన్నప్పుడే ఆ విలేకరి వ్యాఖ్యకు మీరు సమాధానం ఇవ్వగలుగుతారు. మీరిచ్చే సమాధానాన్ని బట్టి ఆ విలేకరి అప్పటిదాకా కలిగివున్న అభిప్రాయాన్ని మార్చుకోవచ్చు, లేదా మార్చుకోకపోవచ్చు. బిజెపిపై ప్రతికూలభావం ఉన్న జర్నలిస్టును మీ చక్కటి సమాధానంతో సంతృప్తి పరచగలిగినప్పుడు మూడు ప్రయోజనాలు సిద్ధించవచ్చు. ఒకటి- మీ పార్టీపై సానుకూల వైఖరి ఏర్పడటం. రెండు- ఆ సానుకూల వైఖరి అతడు మీ పార్టీ గురించి రాసే వార్తల్లో, వ్యాఖ్యల్లో ప్రతిఫలించటం. మూడు- మీపై గౌరవం పెరగటం. మీకు విషయ పరిజ్ఞానం ఉందని గుర్తించి నప్పుడు ఎదుటివారు మీపట్ల చూపే గౌరవం వేరు. మీరు శుద్ధ బుద్ధావతారం, మీ పార్టీ గురించి ఏమీ తెలియదు అనుకున్నప్పుడు మిమ్మల్ని గౌరవించే తీరు వేరు.

ఆవేశానికి లోనుకాకూడదు

జర్నలిస్టులతో చర్చించేప్పుడు విషయాన్ని తెగేదాకా లాగకూడదు. ఎంత గట్టిగా వాదించినా ఆవేశానికి, ఉద్వేగానికి లోనయి బ్యాలెన్స్ కోల్పోకూడదు. ప్రశాంతంగానే వాదించాలి. ఎదుటివ్యక్తి మాట్లాడుతున్నప్పుడు మధ్యలోనే సమాధానం చెప్పకూడదు. అతడు చెప్పాలనుకున్నదంతా చెప్పనివ్వాలి. అతడి వాదన ముగిశాకనే మీ వాదన మొదలెట్టాలి. ఒకటో పాయింట్ రెండో పాయింట్ అంటూ అన్ని పాయింట్లకూ వరుసగా సమాధానం చెప్పాలి. పోనీ చెప్పడానికి ప్రయత్నించాలి. మీ సమాధానం నచ్చకపోయినా మీ వాదనాపద్ధతి, మీ వ్యక్తిత్వం అతనికి నచ్చాలి. ఇతని అభిప్రాయాలతో విభేదించినా ఇతని స్నేహం నాకవసరమే అని అతడనుకునేలా వ్యవహరించాలి. ఎదుటివారు మీ పార్టీపై ఎంతటి ఘాటు విమర్శలు చేసినా చిరునవ్వుతోనే వినాలి. మండిపడుతూ వాగ్వివాదానికి దిగకూడదు. వాదించటంవేరు, వాగ్వివాదానికి తలపడటం వేరు. మీ వాదన, మాటల తీరు ఎదుటి వ్యక్తితో సత్సంబంధాలను పెంచేదిగా ఉండాలి. మీరు పది రోజులు కనిపించకపోతే, ఆ మనిషి కనిపిస్తే బాగుండు అనుకోవాలి.

సంపాదకుల పట్ల ఎలా మెలగాలి?

సంపాదకులు మేధావులు కనుక వారికి మీ పార్టీపైగాని ఇతర పార్టీలపై గాని అపోహలు వుండవు. ఒక సమస్యపై లేదా పరిణామంపై మీ పార్టీ సవ్యంగా స్పందిస్తే శెభాష్ అంటూ సంపాదకీయం రాస్తారు. సరిగా వ్యవహరించలేదు అనుకున్నప్పుడు విమర్శిస్తూ రాస్తారు. ఇది సహజం. ఫలానా ఎడిటర్ మా పార్టీ వైఖరికి వ్యతిరేకంగా సంపాదకీయం రాశారు కనుక నాకు ఆయన శత్రువు అనుకోవటం అవివేకం. సంపాదకుల భావప్రకటనా స్వేచ్ఛను గౌరవించే సంస్కారం అలవర్చుకోవాలి. సంపాదకులను అప్పుడప్పుడు కలిసి వారితో పది నిమిషాలు గడిపి రావటం మంచిది. వెళ్ళిన ప్రతిసారీ వారితో వాదించి రావటం బావుండదు. ఆరోగ్యం బాగుందా? పిల్లలు ఏం చదువుతున్నారు? ఇల్లెక్కడ? అద్దెంత? వగైరా పరామర్శక ప్రశ్నలడిగి నమస్కరించి వస్తే మీ మీద సదభిప్రాయం వుంటుంది. ఈయన పనివుంటే తప్ప నా దగ్గరకు రాడు అని ఎడిటర్లు, విలేకరులు అనుకోకుండా వ్యవహరించగలగాలి. ఏ ఎడిటర్ అయినా జబ్బు పడ్డట్టు తెలిస్తే వెంటనే వెళ్ళి పరామర్శించి అరడజన్ యాపిల్స్ ఇస్తే ఆయన మీ గెశ్చర్ చాలాకాలం గుర్తుంచుకుంటాడు.

అన్ని పార్టీల మీడియా ఇన్‌ఛార్జులు నోట్స్ తీసుకోవాల్సిన కొన్ని అంశాలున్నాయి.

1. సివిల్ కోడ్ ఆచరణీయమా? కాదా?
2. 370 ఆర్టికల్ రద్దు చేయాలా? వద్దా?
3. కాశ్మీర్ సమస్య ప్రత్యేకత
4. హంగ్ పార్లమెంట్
5. సుస్థిర ప్రభుత్వానికీ, చట్టసభల్లో మెజారిటీకి ప్రత్యక్ష సంబంధం ఉందా?
6. ఆర్థిక సరళీకరణ వల్ల ప్రతికూల, అనుకూల ప్రయోజనాలు

7. గ్లోబలైజేషన్- దాని మంచి చెడ్డలు

8. నక్సలిజం సమస్య సామాజికమా? రాజకీయమా? పాలనా పరమైనదా?

9. దళితవాదం

10. స్త్రీ వాదం (ఫెమినిజం)

11. రిజర్వేషన్లు, సబ్సిడీలు ఎందుకు అవసరం?

12. రాజకీయాల్లో కులం, మతం పాత్ర ఎందుకు ఆక్షేపణీయం?

13.ప్రైవేట్ టీవీ ఛానెల్స్‌వల్ల మన సంస్కృతికి హాని జరుగుతుందా?

ఇలా అనేక సమస్యలపైనా, వివాదాలపైన స్థూలమైన అవగాహన కలిగి వుండటం అవసరం. ఈ సమస్యలపైనా, అంశాలపైనా ఇంగ్లీషు పత్రికల్లో వచ్చే ప్రామాణిక వ్యాసాలు చదివి నోట్స్ తీసుకోవాలి.

చిన్న పత్రికలపై చిన్నచూపు తగదు

పెద్ద పత్రికలవల్ల పెద్ద ప్రయోజనాలుండే విషయం వాస్తవమే అయినా చిన్న పత్రికలను ఉపేక్షించటం మంచిదికాదు. చిన్నపత్రికల సర్క్యులేషన్ తక్కువే అయినా వాటి పాఠకులు వాటికుంటారు. వీరు రెగ్యులర్‌గా చిన్న పత్రికలే చదువుతుంటారు. చిన్న పత్రికల యజమానులు రోజూ రాజకీయ నాయకులకు, ఉన్నతాధికారులకు తమ కాంప్లిమెంటరీ కాపీలు పంపిస్తుంటారు. కొన్ని ప్రభుత్వ కార్యాలయాలు కూడా వీటిని కొంటాయి. ఈ పత్రికల్లో వార్తవస్తే అది అదనపు ప్రచారం కింద లెక్కే. ఇందులో వార్త బోనస్ లాంటిది. మామూలు వేతనంతో పాటు బోనస్ కూడా ముఖ్యమే కదా.

హైదరాబాద్ నుంచి వచ్చే ఓ మధ్యరకం పత్రికకు మీ ఊళ్ళో పెద్ద సర్క్యులేషన్ లేకపోయినా స్థానికంగా విలేకరి మాత్రం ఉంటాడు. ఆ పత్రిక సర్క్యులేషన్ పెద్దగా లేదని చెప్పి ఆ పత్రిక విలేకరిని దూరం చేసుకుంటే మీకే నష్టం. అతడు పంపే వార్త ఆ పత్రిక బాగా అమ్ముడుపోయే ప్రాంతంలో చాలామందికి చేరుతుంది. కనీసం హైదరాబాద్‌లో అయినా మీ వార్తకు విశేష సంఖ్యలో పాఠకులుంటారు కదా.

చిన్న పత్రికలవల్ల మీకు మరో సౌలభ్యం ఉంది. వీటికి వాణిజ్య ప్రకటనలు పెద్దగా రావు. వార్తల ఒత్తిడీ తక్కువే. కనుక మీ వార్తను చిన్న పత్రికలు విపులంగా ప్రచురించే అవకాశం ఉంది. అంతేకాదు. ఏదైనా సందర్భం వచ్చినప్పుడు మీ పార్టీ నేతతో ఇంటర్వ్యూ ఏర్పాటు చేయించొచ్చు. వాటికి స్థలాభావం సమస్య ఉండదు కనుక ఫలానా అంశంపై మా నేతను ఇంటర్వ్యూ చేయండని మీరు సూచిస్తే సంతోషంగా ఒప్పుకుంటారు. పెద్ద పత్రికలో సింగిల్ కాలమ్‌గా వచ్చే మీ వార్త చిన్నపత్రికలో డబుల్‌కాలమ్ వార్తగానో, త్రిబుల్‌కాలమ్ వార్తగానో వచ్చే అవకాశాలు మెండు. కొన్ని చిన్న పత్రికలు స్థానిక ప్రజలతో మమేకమై మనుగడ సాగిస్తుంటాయి. కొన్ని ఊళ్ళల్లో వాటికి పెద్ద పత్రికలంత సర్క్యులేషన్ కూడా ఉండొచ్చు. ఒక్కోసారి పెద్ద పత్రికలో వార్తవస్తే పట్టించుకోని అధికారులు స్థానిక పత్రిక వార్త చూసి తక్షణం స్పందించొచ్చు. చిన్న పత్రికల్లో కొన్నింటికి స్థానికంగా మంచి

ఆదరణే వుంటుంది. భీమవరంనుంచి వెలువడుతున్న 'అస్త్రం' అనే సాయంకాలం దినపత్రి సర్క్యులేషనూ ఉంది, ఆదరణా వుంది. అలాగే నెల్లూరునుంచి వెలువడుతున్న 'జమీ రైతు' అనే వారపత్రికకు ఆ జిల్లాలో మంచి పేరుప్రఖ్యాతులున్నాయి. ఇక్కడ ఉదహరిం ఈ రెండు పత్రికలకూ పాఠకలోకంలో మంచి విశ్వసనీయతకూడా ఉంది. 'జమీన్‌రైతు వార్త వచ్చిందే, ఎట్లబ్బా చర్యలు తీసుకోకపోతే' అని అనుకుంటారట ఆ జిల్లా అధికారు ఇలాగే మీ ప్రాంతంలో కూడా విశ్వసనీయత ఉన్న చిన్న పత్రిక ఉండొచ్చు. ఆ పత్రికలో వస్తే ఆ స్పందనే వేరు, ఆ మన్ననే వేరు. ఇవాళ చిన్న పత్రికలో అనుభవం సంపాదిం విలేకరి లేక ఉపసంపాదకుడు రేపు మరో పెద్ద పత్రికలో చేరే అవకాశం ఉంది. ఇప్పుడత సత్‌సంబంధాలుంటే రేపు మీకవి ఉపకరిస్తాయి. ఇంతకూ చెప్పొచ్చే దేమంటే, మీ జాబిత చిన్న పత్రికకూ పెద్దపీట వేయండి, చిన్న పత్రికల విలేకరులనూ పెద్ద పత్రికల విలేకరు సమానంగా గౌరవించండి.

జర్నలిస్టుల మనస్తత్వం

జర్నలిస్టులతో మెలిగేటప్పుడు వారి మనస్తత్వం ఏమిటో తెలుసుకోవాలి. జీవనవిధానం, వృత్తిలో పని ఒత్తిడి వగైరా విషయాలు కూడా తెలుసుకుని ఉండ సాధారణంగా 'చొరవ' ఉన్నవారే ఈ వృత్తిలోకి వస్తారు. వీరికి ప్రముఖులతో పరిచయా ఉంటాయి. వీరిది చొరవ మనస్తత్వం కనుక ఎక్కడికైనా చొచ్చుకునిపోతారు. ఆవగింజ అవకాశం చిక్కితే అల్లుకుపోతారు. పార్టీ కార్యకర్త అయిన మీరు రాష్ట్రస్థాయి నాయకు ఫ్రీగా వ్యవహరించలేకపోవచ్చు. విలేకరి అలాకాదు. ఏ స్థాయి నాయకుడితో అయినా వ ఫ్రీగా మెలగగలరు. అది వారి వృత్తి నిర్వహణలో భాగం. రాష్ట్రస్థాయి నాయకు వ్యవహరిస్తున్న విలేకరులను చూసి మీరు ఈర్ష్య పడకూడదు.

జర్నలిస్టులు జనరల్‌గా సున్నిత మనస్కులు. కనీసం ఎక్కువమంది స్వభావం సెన్సిటివ్‌గా ఉన్నందువల్లనే వారు చిన్న విషయాలకు కూడా స్పందిస్తారు. జర్నలిస్ట స్పందించే గుణం ఉండితీరాలి. సెన్సిటివ్ జర్నలిస్టులపట్ల మీరు కూడా జాగ్రత్తగా సున్నిత వ్యవహరించాలి.

పండగలనాడు పలకరించండి

విలేకరులలో అన్ని మతాలకు చెందినవారూ ఉంటారు. మతం ఏదయినా ఆ మతా చెందిన విలేకరుల పండగలు వచ్చినప్పుడు ఏ స్వీట్ పాకెట్టో తీసుకెళ్ళి ఇంటిల్లిపా అభినందించండి. మన పండగను గుర్తు పెట్టుకుని ఇల్లు వెతుక్కుంటూ వచ్చాడే అభిమానం ఏర్పడుతుంది. ఏ విలేకరి ఇంట్లో ఏ ఫంక్షన్ జరిగినా హాజరై తగిన ప్రజెంటే ఇవ్వడం మంచిది. ఏ కారణం చేతనైనా స్వయంగా వెళ్ళలేకపోతే కనీసం ఫోన్ అభినందనలు తెలపండి. మీరు ఆ సమయంలో ఊళ్ళో లేకపోతే తిరిగివచ్చాక వారి ఇంటి పలకరించడం ధర్మం. 'ఫంక్షన్ బాగా జరిగిందా? ఊళ్ళో లేనందువల్ల రాలేకపోయా అంటే అవతలివారు సంతోషిస్తారు.

బదిలీపై వెళ్తుంటే

జిల్లా కేంద్రాల్లో పనిచేసే స్టాఫ్ రిపోర్టర్లకు మూడేళ్ళకో, అయిదేళ్ళకో బదిలీలు ఉండొచ్చు. బదిలీపై మరో జిల్లాకు వెళ్తున్న విలేకరికి బదిలీ ఏర్పాట్లలో సహాయపడితే బాగుంటుంది. 'ఉన్నన్నాళ్ళూ వాడుకున్నారు, బదిలీపై వెళ్తోంటే ఒక్కరూ రాలేదు' అన్న నిరాశకు అతడు గురికాకూడదు. ఉదాహరణకు విజయవాడలో పనిచేస్తున్న విలేకరి నిజామాబాద్‌కు బదిలీ అయితే మీ పార్టీ మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్‌కి ఫోన్‌చేసి ఫలానా విలేకరి వస్తున్నాడు సహకరించండి అని సూచించండి. నిజామాబాద్ మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ ఆ విలేకరిని కలిసి ఆ ఊళ్ళో పరిస్థితులగురించి వివరిస్తే అతడు కలకాలం మిమ్మల్ని గుర్తుంచుకుంటాడు. ఏ ప్రాంతంలో అద్దెలు తక్కువ, పిల్లల్ని ఏ స్కూల్లో చేర్పిస్తే బాగుంటుంది వగైరా సమాచారం అందజేసి అన్ని విషయాల్లో సహకరిస్తే అతడికి మీమీద నమ్మకం కుదురుతుంది. ఆ విలేకరితో దృఢమైన స్నేహసంబంధాలు ఏర్పడతాయి. ఈ సంబంధాలు ఇవాళ కాకపోతే రేపయినా మీకు ఉపకరిస్తాయి. కొన్ని సందర్భాల్లో వెనువెంటనే ఫలితాలు లభించవు. అయినా మీరు చేసే సాయం చేయాలి. వెనకటికి బిడ్డల్లేని ఓ వివాహిత 'గుడిచుట్టూ తిరిగి కడుపు చూసుకుందట' ఆ తత్వం మీరు ఎప్పుడూ ప్రదర్శించకండి.

ఇమేజికి కొత్త నిర్వచనం చెప్పిన టీవీ

టెలివిజన్ రంగ ప్రవేశం చేయటం దేశ రాజకీయాల్లో సరికొత్త మార్పులకు ద్వారాలు తెరిచింది. ఇప్పుడు రాజకీయ నాయకుల శరీర ఆకృతులు, సంభాషణాచాతుర్యం, ముఖ కవళికలు ప్రధాన పాత్ర పోషిస్తున్నాయి. బాగా లావుగా ఉన్న వ్యక్తి ప్రధాని పదవిని అధిష్ఠించడానికి అనర్హుడని రాజ్యాంగం చెప్పడంలేదు. కానీ టీవీ మాత్రం అనర్హుడేనని తేల్చి చెప్తోంది. టీవీ నిరక్షరాస్యుల్ని సైతం ప్రభావితం చేస్తున్నందున రాజకీయ నాయకులను ప్రజలు అంచనా వేసే తీరు మారిపోయింది. 'ఫలానా నాయకుడు చూట్టానికి బావున్నాడు. ఆయన గొంతు బావుంది. ఆయన ఉచ్చారణ బావుంది. ఆయన ముఖ కవళికలు బాగున్నాయి. కనుక ఆయనకే ఓటు వేయండి' అనే పరిస్థితులు వచ్చేశాయి. న్యాయం చేయటం కంటే న్యాయం చేస్తున్నట్టు కన్పించటానికి ప్రాధాన్యం పెరిగింది. ఈ రోజుల్లో బాహ్య ఆకృతులే రాజ్యమేలుతున్నాయి. వాస్తవాలకంటే ఇమేజిదే పైచేయి అయింది. బుల్లితెర తెచ్చిన పెద్ద మార్పు ఇది.

సంక్షోభం తలెత్తినా సంయమనం పాటించండి

బాంబేహై బ్లో అవుట్ - కేస్ స్టడీ

చమురు, సహజవాయు సంస్థ (ఒ.ఎన్.జి.సి) సాగర్ వికాస్ రిగ్‌తో సౌత్ బాంబే హైలో చమురుకోసం డ్రిల్లింగ్ జరుపుతుండగా ఒక్కసారిగా బ్లో అవుట్ సంభవించింది. 1982 జూలై 30వ తేదీ రాత్రి అనుకోకుండా జరిగిన ఈ ఉపద్రవాన్ని ఒ.ఎన్.జి.సి సమర్థంగా ఎదుర్కొంది సంక్షోభ పరిస్థితులు తలెత్తినప్పుడు పత్రికలను విశ్వాసంలోకి తీసుకుని సానుకూలంగ వ్యవహరిస్తే సత్ఫలితాలు సాధించవచ్చునని ఒ.ఎన్.జి.సి నిరూపించింది.

"బ్లో అవుట్ సంభవించగానే సాగర్ వికాస్‌లోని 74 మంది సిబ్బందిని సురక్షితంగ రక్షించగలిగారు" బ్లో అవుట్ ఘటనతో ప్రత్యక్ష ప్రమేయం ఉన్న ఒ.ఎన్.జి.సి పత్రికలవారికి స్వయంగా అందజేసిన సమాచారం ఇది. ఈ విషయం గుప్పుమనగానే సర్వత్రా ఆందోళన నెలకొంది.

ప్రతిస్పందనలు

1. అందజేసిన సమాచారం కాకుండా ఇతరత్రా వివరాల సేకరణకోసం పత్రికలవార తహతహలాడారు.

2. ఇంత పెద్ద ఎత్తున జరిగిన దురదృష్టకర ప్రమాదం పట్ల ప్రభుత్వం ఆందోళన వ్యక్త చేసింది. ఒ.ఎన్.జి.సి నుంచి పూర్తి వివరాలను కోరింది.

3. ఒ.ఎన్.జి.సి సంస్థలో కూడా విషాదం అలముకుంది.

4. పార్లమెంటు కూడా పెట్రోలియంశాఖ మంత్రి ప్రకటనకోసం ఆతృతగా నిరీక్షించింది

5. సాధారణ ప్రజలు కూడా బ్లో అవుట్ అంటే ఏమిటో తెలుసుకోవాలన్న ఆస ప్రదర్శించారు.

ఒ.ఎన్.జి.సి సమకూర్చుకున్న అత్యాధునిక రిగ్ సాగర్ వికాస్. 1981 జనవరినుంచి ఈ రిగ్‌ను ఉపయోగిస్తున్నారు. బాంబే చమురు క్షేత్రంలోని ఎస్.జి ప్లాట్‌ఫామ్‌పై 1982 మేలో ఐదు చమురు బావులను డ్రిల్ చేయటానికి ఈ రిగ్‌ను రంగంలోకి దింపారు. నాలుగ బావులను విజయవంతంగా డ్రిల్ చేసిన ఈ రిగ్ అయిదో బావిని డ్రిల్ చేస్తుండగా బ్ల అవుట్ సంభవించింది. సహజవాయువు, బురద, రాళ్ళు, చమురు కలగలిసి ఒక్కసారిగ పైకి ఎగజిమ్మడం ప్రారంభమైంది. పరిస్థితి చేజారుతోందని గ్రహించిన ఒ.ఎన్.జి.సి త సిబ్బందిని వెంటనే సురక్షిత ప్రాంతానికి తరలించింది. ఈ బ్లోఅవుట్‌ను నిలువరించి, బావి మూసివేసేందుకు ఒ.ఎన్.జి.సి దృష్టి సారించింది. అవసరమైన వనరులను, సాంకేతి పరిజ్ఞానాన్ని సమీకరించింది. శాయశక్తులా ప్రయత్నాలు సాగిస్తుండగానే ఆగస్టు 2వ తే ఉదయం చమురు బావికి నిప్పంటుకుంది. ఆగస్టు 5వ తేదీనాటికి మంటలనైతే ఆర్పగలిగార కానీ బ్లో అవుట్‌ను మాత్రం నిలువరించలేకపోయారు. బ్లో అవుట్‌ను పూర్తిగా అదుపులో

తేవటానికి సెప్టెంబర్ 15వ తేదీవరకూ పట్టింది. 48 రోజులపాటు సముద్రంలో కొనసాగిన ఈ సంక్షోభం గురించి పత్రికలు ఎప్పటికప్పుడు వార్తలు అందజేశాయి.

పత్రికలు, ప్రజల ఆసక్తి

ఈ బ్లో అవుట్‌పై పత్రికలు, ప్రజలు విశేష ఆసక్తిని ప్రదర్శించారు. మన ఆర్థిక వ్యవస్థలో పెట్రోలియం ఉత్పత్తులకు ఎంతో ప్రాధాన్యం ఉంది. ప్రభుత్వ సంస్థగా ఒ.ఎన్.జి.సి మంచి రికార్డుతో ముందుకు దూసుకువెళుతోంది. ఈ బ్లో అవుట్ ఆ ప్రగతికి అవరోధం కాగల ప్రమాదం ఉంది. బ్లో అవుట్ అనేది భారతీయులు వినటం ఇదే ప్రథమం. ఈ అన్ని కారణాలవలన పత్రికలు, ప్రజలు అమితాసక్తి కనపరిచారు.

సానుకూల దృక్పథం

ఈ సంక్షోభం తలెత్తినప్పటినుంచి ముగిసేవరకు ఒ.ఎన్.జి.సి సానుకూల దృక్పథంతో బాధ్యతాయుతంగా మెలిగింది. ప్రజలపట్ల తనకున్న బాధ్యతను ఎన్నడూ విస్మరించలేదు. జవాబుదారీతనం, భాగస్వామ్య యాజమాన్యం అనే దృక్పథాలను జీర్ణించుకున్న ఒ.ఎన్.జి.సి ఈ సంక్షోభ పరిస్థితుల్లో తన ప్రాధాన్యతలను గుర్తించింది.

1. బ్లో అవుట్‌ను, మంటలను నిలువరించడం. అందుకోసం ప్రపంచవ్యాప్తంగా అందుబాటులో ఉన్న సాంకేతిక పరిజ్ఞానాన్ని, వనరులను సమీకరించటం.

2. సిబ్బంది నైతిక స్థైర్యం దెబ్బతినకుండా చూడటం. ఇతర ప్రాంతాల్లో కొనసాగుతున్న చమురు అన్వేషణ కార్యక్రమాలు నిర్ణీత ప్రకారం కొనసాగేట్లు చూడటం.

3. బ్లో అవుట్ సమాచారాన్ని ప్రజలకు తెలియపరిచేందుకు పత్రికలను వినియోగించుకోవటం.

ఒ.ఎన్.జి.సి సిబ్బంది నైతిక స్థైర్యం దెబ్బతినకుండా చూడాలంటే బ్లో అవుట్‌కు సంబంధించిన సమాచారం దేశవ్యాప్తంగా ఉన్న సిబ్బందికి సకాలంలో, సక్రమంగా చేరాలి. సమాచారంలో ఏమాత్రం తేడాలున్నా అది సిబ్బందిలో విరుద్ధ అభిప్రాయం కల్గించి సంస్థ ప్రయోజనాలను దెబ్బతీస్తుంది.

ఒక అసాధారణ పరిస్థితి తలెత్తింది. ఈ పరిస్థితికి సంబంధించిన సమాచారాన్ని ఇటు సిబ్బందికి అటు ప్రజలకు తెలియజెప్పటానికి పత్రికలకు మించిన ఉపయుక్త సాధనం మరొటిలేదు.

కమ్యూనికేషన్ వ్యూహం

కమ్యూనికేషన్ లక్ష్యాల సాధనకు ఓ వ్యూహాన్ని రూపొందించారు. ఆ వ్యూహంలోని అంశాలు ఇలా ఉన్నాయి.

1. వదంతులకు ఏమాత్రం తావు ఇవ్వకూడదు.

2. ఈ సంక్షోభం సమసిపోయేవరకూ ఒ.ఎన్.జి.సి అగ్రశ్రేణి యాజమాన్యం 'అధికార ప్రతినిధి'లా వ్యవహరించింది.

3. ముంబాయిలోని కార్యాలయంలో ప్రతిరోజూ సాయంత్రం క్రమం తప్పకుండా విలేకరుల సమావేశాన్ని నిర్వహించాలి.

4. క్రమం తప్పకుండా పత్రికా ప్రకటనలు జారీచేయాలి. ఒ.ఎన్.జి.సి కార్యకలాపాల కేంద్రాలకు ఆ సమాచారం చేరేట్లు చూడాలి.

5. పత్రికలవారికి పూర్తి సమాచారాన్ని, గణాంక వివరాలను అందజేయాలి. సాంకేతిక అంశాల దృష్ట్యా వార్తలు రాయటంలో అవసరమైన సహాయాన్ని కూడా అందించాలి.

6. బ్లో అవుట్‌కు సంబంధించిన సాంకేతిక విషయాలను పత్రికలవారికి సవివరంగా అందజేయాలి.

7. హెలికాప్టర్లు అందుబాటులోకి రాగానే విలేకరులను బ్లో అవుట్ ప్రాంతానికి తీసుకెళ్ళాలి

8. ప్రజాసంబంధాల అధికారి, రేడియో రూమ్‌తో నిరంతర సంబంధాలు కలిగి ఉండాలి బ్లో అవుట్ ప్రాంతంలోని పరిణామాలపై ప్రత్యక్ష కథనాలను ఎప్పటికప్పుడు సేకరించాలి

9. ఒ.ఎన్.జి.సి చేసిన ప్రకటనలకు సమర్ధనగా సాధ్యమైనంతమేరకు రుజువులు చూపాలి

10. పత్రికల్లో వచ్చిన వార్తలను నిశితంగా పరిశీలించి ఒక వేళ వార్తల్లో అసత్యాలు చోటు చేసుకుంటే వెంటనే వాస్తవ పరిస్థితిని పత్రికలవారికి వివరించాలి.

11. బ్లో అవుట్ సమాచారాన్ని సిబ్బందికి ప్రత్యక్షంగా విడమరిచి చెప్పటానికి ఒ.ఎన్.జి. ఉన్నతాధికారులు ఇతర చమురు అన్వేషణ ప్రదేశాలను సందర్శించాలి.

12. బ్లో అవుట్‌ను తదుపరి కార్యకలాపాలను భవిష్యత్ శిక్షణకు వీలుగా ఫిల్మ్ తీయించాలి

కమ్యూనికేషన్ వ్యూహం అమలు

ఈ వ్యూహాన్ని అమలు పరచటానికి విస్తృతస్థాయి ఏర్పాట్ల అవసరమేలేదు. కావల్సిందల్లా అందుబాటులో ఉన్న పి.ఆర్ ప్రతిభను, అనుభవాన్ని సమాయత్తపరచటమే. తొలి సమాచారం పత్రికలకు అందజేయటం దగ్గరనుంచీ ఒ.ఎన్.జి.సి సానుకూల వైఖరిని అవలంబించింది. సాగర్ వికాస్‌లోని మొత్తం 74 మంది సిబ్బందిని నిమిషాల్లో సురక్షిత ప్రాంతాలకు చేర్చగలిగారు. ఒ.ఎన్.జి.సికి అమూల్య ఆభరణాలు సిబ్బంది అన్న సంగతిని చెప్పకనే చెప్పినట్లయింది. ఈ తొలి సమాచారాన్ని పత్రికలకు అందచేయటంతో ఒ.ఎన్.జి.సికి ఆతర్వాత తనను తాను సమర్ధించుకునే అవసరం లేకపోయింది.

దేశ ప్రజలకు వివరణ

ఈ సంక్షోభంపై టీవీ వార్తల్లో ప్రముఖంగా వివరించారు. న్యూస్‌రీడర్ వార్తను చెప్పటానికి బదులు ఒ.ఎన్.జి.సి చీఫ్ ఎగ్జిక్యూటివ్ తెరముందుక్కు వచ్చి బ్లో అవుట్ గురించి ప నిమిషాలసేపు ప్రేక్షకులకు వివరించారు. మంటలను ఆర్పటానికి, బ్లో అవుట్‌ నిలువరించటానికి తీసుకుంటున్న చర్యలను ఆయన తెలియజేశారు. దీంతో బ్లో అవు సమస్య త్వరలోనే పరిష్కారం అవగలదన్న ధైర్యం సాధారణ ప్రజానీకంలో ఏర్పడింది.

పార్లమెంట్‌లో కూడా పెట్రోలియం శాఖ మంత్రి పూర్తి వివరాలు అందజేశారు. మం

ప్రకటనను సావధానంగా సభ్యులు ఆలకించారు. దీంతో మొత్తం దేశ ప్రజ ఒ.ఎన్.జి.సికి అండగా నిలిచింది.

విలేకరులకు ఎప్పటికప్పుడు సమాచారం

బ్లో అవుట్‌పై తాజా సమాచారాన్ని అందచేయటానికి ఒ.ఎన్.జి.సి అధికారులు ప్రతిరోజూ విలేకరుల సమావేశాన్ని నిర్వహించారు. ఈ సమావేశాలకు హాజరయ్యే విలేకరుల సంఖ్య రోజురోజుకీ పెరుగుతూ వచ్చింది. విలేకరులు అడిగిన ప్రశ్నలు అన్నింటికీ దాపరికం లేకుండా సమాధానమిచ్చారు. ప్రజలకు సమాచారాన్ని అందజేసే వారధిగా పత్రికలు నిలిచాయి.

విలేకరుల సమావేశాల్లో చేసిన ప్రకటనలకు మద్దతుగా ఒ.ఎన్.జి.సి తగు రుజువులను కూడా చూపింది. దీంతో సంస్థపట్ల విశ్వసనీయత పెరిగింది. ప్రమాదం జరిగిన రాత్రి బ్లో అవుట్‌ను అదుపు చేయడానికి చేపట్టిన చర్యలను అమెరికా నిపుణులు కూడా సమర్థించారు. బీమాకు సంబంధించిన అంశాలను బీమా కంపెనీ ప్రతినిధులు వచ్చి విలేకరులకు వివరించారు. ఆర్థికపరంగా ఒ.ఎన్.జి.సికి ఏవిధమైన నష్టం వాటిల్లలేదని, అంతర్జాతీయ బీమా ఒప్పందం కింద నష్టపరిహారం లభించగలదని తెలియచెప్పింది.

సాంకేతిక అంశాల వివరణ

బ్లో అవుట్‌ను నిలువరించే యత్నాలు కీలకదశకు చేరినప్పుడు విలేకరుల సమావేశాల్లో అనేక సాంకేతిక విషయాలను చెప్పాల్సివచ్చింది. ఈ సాంకేతిక విషయాల ఆధారంగా విలేకరులు వార్తలు రాయటంలో చిక్కులను ఎదుర్కోగలరని ఒ.ఎన్.జి.సి భావించింది. దీంతో సాంకేతిక అంశాలను సవివరంగా తెలియపరుస్తూ ప్రకటనలు అందజేశారు. విలేకరులకు మరింత సమాచారం లభించడంతో మరిన్ని ప్రశ్నలు అడిగి విషయాన్ని తెలుసుకునే వారు. ప్రపంచంలో బ్లో అవుట్‌లకు సంబంధించి అందుబాటులో ఉన్న సమాచారాన్ని కాపీలు తీయించి విలేకరులకు అందజేశారు. చమురు అన్వేషణలో బ్లో అవుట్ అనేది అనుకోకుండా సంభవించే ప్రమాదం అని పత్రికలు గుర్తించాయి. చమురు అన్వేషణలో ఒ.ఎన్.జి.సి ఎన్నో కష్టనష్టాలను ఎదుర్కొంటోందన్న విషయం కూడా పత్రికలకు, ప్రజలకు అవగతమైంది.

ఒక దశలో ఒ.ఎన్.జి.సి చూపిన చొరవ కూడా పత్రికల మద్దతు చూరగొంది. సాగర్ వికాస్‌పైకి హెలికాప్టర్ ద్వారా స్వయంగా వెళ్ళి ఎమర్జన్సీ జనరేటర్ స్విచ్ ఆఫ్ చేయాలని సంస్థ ఛైర్మన్ నిర్ణయించారు. అదేరోజు బ్లో అవుట్ ప్రాంతంలో పెద్ద ఎత్తున మంటలు చెలరేగే ప్రమాదం ఉందని అంచనా వేశారు. ఒ.ఎన్.జి.సి ప్రజాసంబంధాల అధికారులు విలేకరులతో ఇష్టాగోష్ఠిగా మాట్లాడుతూ ఈ విషయాలను వారి చెవిన వేశారు. కొందరు విలేకరులు ఛైర్మన్ చొరవ గురించి ప్రముఖంగా వార్తలు రాశారు. ఈ వార్తలు వెలువడగానే సిబ్బంది సంఘాలు కూడా ముందుకు వచ్చి ఒ.ఎన్.జి.సి సారథులకు మద్దతు తెలుపుతూ తీర్మానం చేశారు. ఈ తీర్మానం కూడా పత్రికల్లో స్థానం సంపాదించింది.

చూడటమంటే నమ్మటమే

సముద్రం మధ్యలో సాగర్ వికాస్ నుంచి ఎగసిపడుతున్న మంటలను స్వయంగా

చూసేందుకు విలేకరులు తహతహలాడారు. బ్లో అవుట్‌వలన సముద్ర జలాలపై చము తెట్టు ఏర్పడి సాగరంలో నివసించే ప్రాణికోటికి ప్రమాదం వాటిల్లవచ్చన్న భయాందోళన వ్యక్తమయ్యాయి. బ్లో అవుట్ ఫోటోలను తీసి కవర్‌పేజీ కథనాలు ప్రచురించాలని మ్యాగజీ కూడా సంకల్పించాయి. బ్లో అవుట్ ప్రాంతానికి పెద్ద సంఖ్యలో విలేకరులను, ఫోటో గ్రాఫర్ల తీసుకువెళ్ళటం మొదట్లో అసాధ్యం అనిపించింది. విలేకరులనుంచి వస్తున్న ఒత్తిళ్ళను తట్టు నిలవటం కూడా కష్టమైంది. వైమానిక దళ విమానాలు అందుబాటులోకి రాగానే బ్లో అవు ప్రాంతానికి విలేకరులను తీసుకువెళ్ళి అక్కడి పరిస్థితిని ప్రత్యక్షంగా వివరించారు. చము తెట్టువంటిదేమీ ఏర్పడక పోవడంతో పర్యావరణశాస్త్రవేత్తలు ఊపిరి పీల్చారు. పత్రికల ప్రత్యక్ష కథనాలను కళ్ళకు కట్టినట్లు రాశాయి.

సాగర్ వికాస్ తీరం చేరటానికి సన్నాహాలు మొదలుకాగానే పత్రికలు సైడ్‌లైట్స్‌పై ద కేంద్రీకరించాయి. బ్లో అవుట్‌ను నిలువరించడానికి అమెరికా నుంచి వచ్చిన నిపుణుడు రె అడైర్ విలేకరుల దృష్టిని ఆకర్షించారు. ఒ.ఎన్.జి.సి చీఫ్ ఎగ్జిక్యూటివ్‌తోనూ ఇ అధికారులతోనూ ఇంటర్వ్యూలు చేస్తామంటూ మ్యాగజీన్లవారు విజ్ఞప్తులు చేశా సాధ్యమైనంత వరకూ పత్రికలకు సమాచారాన్ని అందజేయటానికి ఒ.ఎన్.జి.సి ప్రత్యేక ఏర్పా చేసింది. కొన్ని జాతీయ దినపత్రికల ఆదివార అనుబంధాల్లో బ్లో అవుట్ గురించి స కథనాలను ప్రచురించారు. విలేకరులకోసం బ్లో అవుట్‌పై లోగడ చిత్రించిన ఫిల్మ్‌ల ప్రదర్శించి చూపారు. వివిధ పత్రికలు ఒ.ఎన్.జి.సి కృషిని శ్లాఘిస్తూ సంపాదకీయాలు రాశా

బ్లో అవుట్ వంటి సంక్షోభ పరిస్థితి ఎదురుకాగానే ఒ.ఎన్.జి.సి అనుసరించిన సానుకు వైఖరి కారణంగా చివరివరకూ పత్రికలు బాసటగా నిలిచాయి. 1982 సెప్టెంబర్ 15న ఎట్టకే బ్లో అవుట్‌ను నిలువరించారు.

ఈ సంక్షోభ పరిస్థితుల్లో అధికారులు సరిగా వ్యవహరించి ఉండకపోయినట్లయితే పత్రి రకరకాల కథలు, ఊహాగానాలు వెలువడేవి. ఏవిధమైన అరమరికలు లేకుండా జరుగుత పరిణామాలపై అధికారులు ఎప్పటికప్పుడు తెలియచెప్పడంతో పత్రికలు, ప్రజలను సంఘీభావం వ్యక్తమైంది. విలేకరుల డెడ్‌లైన్స్ (వార్తలు అందజేసే గడువు) వంటి వా కూడా పి.ఆర్.ఒలు దృష్టిలో వుంచుకుని మెలిగారు.

మొత్తంమీద ఒ.ఎన్.జి.సికి ఒనగూరిన ప్రయోజనాలు ఇలా ఉన్నాయి.

1. ఒ.ఎన్.జి.సి. ప్రతిష్ఠ మరింత ఇనుమడించింది.

2. సంక్షోభ పరిస్థితులకు దీటుగా వ్యవహరించగల శక్తియుక్తులను ఒ.ఎన్.జి.సి సిబ్బ పొందారు.

3. బ్లో అవుట్ అనేది చమురు అన్వేషణ సందర్భంగా జరిగే సహజమైన ఘటనే ప్రజలు ఆమోదించారు.

4. ఈ మొత్తం కార్యకలాపాల్లో పత్రికలు కూడా మమేకం అయ్యాయి. 48 రో పాటు ఏరోజుకారోజు ఏం జరిగిందో తెలుసుకోవాలన్న ఉత్సుకత ప్రదర్శించారు.

5. సంస్థలో కీలకమైన యాజమాన్య విభాగంగా ప్రజాసంబంధాల శాఖ గుర్తింపు పొంది

విలేకరుల కష్టాలు విలేకరులవి

పత్రికా విలేకరులందరూ ఒకే తెగకు చెందిన వారు కాదు. వారిలో చాలా శ్రేణులుంటాయి. విలేకరుల వ్యవస్థలో అట్టడుగు శ్రేణికి చెందినవారిని కంట్రిబ్యూటర్ అంటారు. ఇతడు తన ఉద్యోగాన్నో, వ్యాపారాన్నో నిర్వహించుకుంటూనే పార్ట్‌టైమ్ విలేకరిగా పనిచేస్తుంటాడు. వీరికి ప్రచురితమైన వార్తల నిడివినిబట్టి పారితోషికం చెల్లిస్తుంటారు. సింగిల్‌కాలమ్ ఒక సెంటీమీటర్‌కు రూపాయినుంచి రూపాయి పావలాదాకా చెల్లిస్తారు. ఈ చెల్లించడమన్నది అతడు పనిచేసే పత్రిక స్థాయినిబట్టి ఉంటుంది. దురదృష్టమేమిటంటే కొన్ని పత్రికలయితే ఈ కంట్రిబ్యూటర్‌లకు క్రమం తప్పకుండా పారితోషికం చెల్లించడంలేదు. ఆర్నెల్లకోసారో, ఏడాదికోసారో పారితోషికం చెల్లించే ఆనవాయితీ ఉన్న దినపత్రికలు మన రాష్ట్రంలో ఉన్నాయి. పీత కష్టాలు పీతవి అన్నట్లు విలేకరుల ఇబ్బందులు విలేకరులకూ ఉన్నాయి. పారితోషికం సక్రమంగా ముట్టనందువల్ల వారు నిరాశానిస్పృహలకు లోనయి ఉండవచ్చు. ఎంత కష్టపడ్డా ఫలితం శూన్యమేగదా అనే వేదాంత ధోరణి అలవడి ఉండొచ్చు. స్థలాభావం వల్ల వారు పంపిన వార్తలన్నీ ప్రచురితం కాకపోవచ్చు. కొన్ని వార్తలను పూర్తిగా ప్రచురణకు నిరాకరించొచ్చు. మరికొన్నిటి నిడివి తగ్గించివేయొచ్చు. ఈ అంశాలన్నీ విలేకరి ప్రవర్తనను, వైఖరిని ఎంతోకొంత ప్రభావితం చేసే ప్రమాదం లేకపోలేదు. వార్తలు ప్రచురితం కాకపోవడానికి కొన్ని సందర్భాల్లో విలేకరులే కారణం కావచ్చు. ప్రతి సందర్భంలోనూ డెస్క్‌వారిదే పొరపాటని తీర్పు ఇవ్వలేం కంట్రిబ్యూటర్లు సాధారణంగా ఏరోజు వార్తను ఆరోజే ఆర్టీసీ బస్సులద్వారానో ఇతర ఏర్పాట్లద్వారానో పత్రికా కార్యాలయాలకు పంపిస్తుంటారు. ఈ ఒక్కవార్త పంపటానికి డబ్బు ఖర్చుపెట్టడమెందుకు రేపు మరికొన్ని వార్తల్నికూడా కలిపి పంపొచ్చులెమ్మని తాత్సారం చేయొచ్చు. ఇలాంటప్పుడు వార్త పత్రికా కార్యాలయానికి సహజంగానే ఆలస్యంగా చేరుతుంది. ఎటూ ఆలస్యమైంది కదా! ఇంత చద్దివార్తను ఏం ప్రచురిస్తాంలే అని డెస్క్‌లోని సబెడిటర్లు ఆ వార్తను చెత్తబుట్టలో పడేయొచ్చు. లేదా ఆరోజు వార్తల తాకిడి ఎక్కువ ఉన్నా ఆ చద్దివార్త ప్రచురణకు నోచుకోకపోవచ్చు. 'కర్ణుడీల్గె ఆర్గురిచేతన్' అన్నట్లు మొత్తానికి అనేక కారణాలవల్ల పంపిన వార్త ప్రచురితం కాకపోవచ్చు. కంట్రిబ్యూటర్లతో సన్నిహితంగా మెలగటంద్వారా వారి సాధకబాధకాలు గ్రహించవచ్చు. అలా గ్రహించి పరిస్థితిని చక్కదిద్దచ్చు.

కంట్రిబ్యూటర్లలో చురుగ్గా పనిచేసేవారిని రెగ్యులర్ కంట్రిబ్యూటర్లు (ఆర్.సి) అంటారు. వీరికి నెలకు వెయ్యో, పదిహేనువందలో వేతనం, బస్‌పాస్ సౌకర్యం ఇస్తుంటారు. ఇతనినుంచి ఆశించిన దానికంటె ఎక్కువ వార్తలు పంపితే ఆ ఎక్కువకు అదనంగా పారితోషికం చెల్లిస్తారు. తక్కువ రాసినాసరే, నిర్ణయించిన వేతనంలో కోత పెట్టరు. సాధారణంగా ఏ రెగ్యులర్ కంట్రిబ్యూటరూ తక్కువ రాసే ప్రసక్తే ఉండదు. తను రాసిన వార్తలు అచ్చవుతూంటే వాటిని చూసి ఉత్తేజం పొంది మరింత ఎక్కువ రాస్తాడే తప్ప తక్కువ రాయరు. ఏ విలేకరి అయినా జర్నలిస్టు అయినా రాయడంద్వారా వృత్తిపరమైన సంతృప్తి పొందుతారు. జిల్లాస్థాయిలో జిల్లా హెడ్ క్వార్టర్స్‌లో పనిచేసేవారిని స్టాఫ్ రిపోర్టర్ అంటారు. సాధారణంగా వీరికి వేతన బోర్డు నిర్ణయించిన స్కేలు ప్రకారం జీతాలిస్తారు. స్టాఫ్‌రిపోర్టర్ వార్తారచనలో

అనుభవజ్ఞుడై ఉంటాడు. అన్ని పరీక్షల్లో నెగ్గినవారికే ఈ బాధ్యత అప్పగిస్తారు. ఇటీవ పనిభారం పెరగడంతో స్టాఫ్ రిపోర్టర్‌కు సహాయకులను కూడా నియమిస్తున్నారు. స్టాఫ్‌రిపోర్ట మీ ప్రోగ్రామ్ కవర్ చేయడానికి వస్తే అది ప్రచురితమయ్యే అవకాశాలు ఎక్కువ. ఇతడ ముఖ్యమైన కార్యక్రమాలను కవర్ చేయడానికే వస్తాడు. అట్టే ముఖ్యంకాని వార్తల సేకరణ బాధ్యతను తన నేతృత్వంలో పనిచేసే సహాయకులకో, రెగ్యులర్ కంట్రిబ్యూటర్లకో అప్పగిస్తాడు వారు రాసిన వార్తలను పరిశీలించి ఓకే చేశాకనే వాటిని హైదరాబాద్, విజయవాడ విశాఖపట్నం, తిరుపతి, కడప, కరీంనగర్, వరంగల్ లాటి ఎడిషన్ కేంద్రాలకు పంపిస్తారు స్టాఫ్ రిపోర్టర్ రాసిన ప్రతి వార్తనూ జిల్లా కేంద్రంనుంచి టెలీప్రింటర్‌ద్వారాగానీ, పర్సన కంప్యూటర్ (పి.సి) ద్వారాగానీ ఎడిషన్ కేంద్రాలకు పంపిస్తారు. డెస్క్‌లోని సబెడిటర్లు, సీనియ సబెడిటర్లు కూడా ఇతను పంపిన వార్తలకు ప్రాధాన్యం ఇస్తారు. స్టాఫ్ రిపోర్టర్ పంపిన వార్తల దాదాపు అన్నీ అచ్చుకు నోచుకునేవే. అతడి వార్తలను మరీ అరుదుగా మాత్రమే ప్రచురణక నిరాకరిస్తారు. అతడు పంపే వార్తలను డెస్క్‌లోని వారు పెండింగ్‌లో ఉంచితే, అత విషయాన్ని న్యూస్ ఎడిటర్‌కో, ఎడిటర్‌కో ఫిర్యాదు చేసే అవకాశం ఉంది. అతడికి న్యూ ఎడిటర్‌తోనూ, ఎడిటర్‌తోనూ ప్రత్యక్ష సంబంధాలుంటాయి. మీరు మీ పార్టీలోగాని సంస్థలోగాని మీడియా సంబంధాల ఇన్‌ఛార్జ్‌గా ఉన్నట్లయితే కంట్రిబ్యూటర్, రెగ్యుల కంట్రిబ్యూటర్, స్టాఫ్ విలేకరుల స్థాయిల గురించి, బాధ్యతల గురించి తెలుసుకోవట అవసరం.

వార్తలదెప్పుడూ సాపేక్ష ప్రాముఖ్యమే

వెనకటికి కృష్ణదేవరాయలొసారి ఒక వృత్తం గీసి దీనిని ఎవరయినా చిన్నదిగా చేయగలరా అని ప్రశ్నించాడట. గీసిన వృత్తాన్ని చెరపకుండా చిన్నది చేయటమెలా అని అందర విస్తుపోయారట. అప్పుడు వికటకవి తెనాలి రామకృష్ణుడు లేచి 'నేను చేస్తా ప్రభూ' అన్నాడట 'చెయ్యి చూద్దాం' అన్నాడు రాజు. తెనాలి రామకృష్ణుడు రాజు గీసిన వృత్తం పక్కన దానికం పెద్ద వృత్తమొకటి గీశాడట. ఇంకేం దాంతో కృష్ణదేవరాయలు గీసిన వృత్తం ఆటోమేటిక్‌గా చిన్నదైపోయింది. ఇంతకూ దీనివల్ల తెలిసేదేమిటంటే, ఏ సంఘటనకైనా, వస్తువుకైనా దేనికైన సాపేక్ష ప్రాముఖ్యమే ఉంటుంది. ఈ సూత్రం వార్తలకూ వర్తిస్తుంది. ఏ వార్తకైనా రిలెటి (సాపేక్ష) ప్రాముఖ్యమే ఉంటుంది తప్ప నిరపేక్ష (అబ్జల్యూట్) ప్రాధాన్యం ఉండద ఉదాహరణకు మీ పట్టణంలో జరిగిన రోడ్డు ప్రమాదంలో ఇద్దరు మరణించిన సంఘట అప్పటికి ప్రాధాన్య విషయమే కావచ్చు. కానీ అదే రోజు సాయంత్రం ఏ లారీనో బోల్తాప పదిమంది మరణిస్తే ఈ సంఘటనకు దాని కంటె ఎక్కువ ప్రాధాన్యం లభిస్తుంది. సందర్భంలో ఇద్దరి మృతికి కారణమైన రోడ్డు ప్రమాదం ప్రాధాన్యాన్ని కోల్పోం సింగిల్‌కాలమ్‌కు దిగొచ్చు. లేదా లోపలి పేజీల్లో దాన్ని ప్రచురించొచ్చు. పదిమందిని పొట్ట పెట్టుకున్న రోడ్డు ప్రమాదం వార్తకు ఎంత ప్రాధాన్యం లభిస్తుందంటే, ఆ రోజు ఎక్కడయిన ప్రమాదం సంభవించి ఇద్దరో, ముగ్గురో గాయపడిన వార్త వస్తే, అది అచ్చుకు నోచుకోకపోవచ్చు ఈ క్షణాన ముఖ్యమైన వార్తగా ఉన్నది మరో గంటకే అది తన విలువను కోల్పోవచ్చు. మీ కాదు, రిపోర్టర్లు రాసి పంపిన వార్తలు కూడా ఒక్కోసారి వెలుగుచూడక పోవచ్చు. అందుక

కారణాలు ఆరోజు వాణిజ్య ప్రకటనలు ఎక్కువ వుండొచ్చు. జిల్లాలోగాని, రాష్ట్రంలోగాని ఇతరేతర ముఖ్య పరిణామాలు సంభవించి ఉండొచ్చు. ఆ రోజు బడ్జెట్ వార్తలే పేజీలనిండా ఉండొచ్చు. వందలాది మందిని పొట్టన పెట్టుకుని లక్షలాది మందిని నిలువనీడ లేకుండా చేసిన తుపాను సంభవించి ఉండొచ్చు. ఇలాటి అనేక కారణాలవల్ల అట్టే ప్రాధాన్యంలేని వార్తలను డెస్క్‌లోని వారు పెండింగ్‌లో పడేస్తారు. మరీ ముఖ్యమైన వనిపిస్తే తప్ప నిన్నటి వార్తలను ఈరోజు కంపోజ్‌కు ఇవ్వరు. ముందే అనుకున్నట్లు సాధారణ పత్రికా ప్రకటనలు ఈ కారణంగానే అచ్చుకు నోచుకోవు.

ఆదివారాలతో అదనపు సౌలభ్యం

ఆదివారం సాధారణంగా వార్తల రద్దీ తక్కువగా ఉంటుంది. అందరూ హాలిడే మూడ్‌లో ఉంటారు. ప్రభుత్వ కార్యాలయాలకు సెలవు కనుక విలేకరులు ఆ రోజున అధికారుల నుంచి వార్తలు సేకరించే వీలుండదు. డెస్క్‌లో కూడా సబెడిటర్లు వార్తలకోసం నిరీక్షిస్తుంటారు. మిగతా రోజుల్లో అయితే పెద్దగా ప్రాముఖ్యం కావనిపించే వార్తలను సైతం ఆదివారం ప్రచురణకు స్వీకరించవచ్చు. వార్తలు ఉన్నా లేకపోయినా పేజీలను షెడ్యూల్ టైమ్ ప్రకారం పూర్తిచేసి పంపాల్సిన బాధ్యత వారిపై ఉంది కదా. చచ్చువో, పుచ్చువో ఏ వార్తలతో అయినా పేజీలయితే నింపాలి. ఆదివారం మీరు విడుదల చేసే పత్రికా ప్రకటన సోమవారం పత్రికలో ప్రచురితమయ్యే అవకాశాలు ఎక్కువ. అలాగే ఇతరత్రా అర్జెన్సీ లేకుంటే విలేకరుల సమావేశాన్ని సైతం ఆదివారం నిర్వహిస్తే సత్ఫలితాలు లభించొచ్చు. ఆదివారం పత్రికల్లో వాణిజ్య ప్రకటనలు ఎక్కువగా ఉంటాయి. వార్తలకు చోటు తక్కువ ఉంటుంది. ఈ దృష్ట్యా శనివారంనాడు విడుదల చేసే పత్రికా ప్రకటన స్థలాభావంవల్ల వెలుగు చూడకపోవచ్చు.

జర్నలిస్టులకూ స్పీడుబ్రేకర్లున్నాయి

ప్రతి వృత్తిలోనూ కొన్ని నైతిక సూత్రాలుంటాయి. డాక్టర్లు, లాయర్లు, రచయితలు ఇలా అన్ని రంగాలకు చెందినవారూ తమ వృత్తికి సంబంధించిన నైతిక ధర్మాలను పాటించినప్పుడే ఆ వృత్తి ప్రతిష్ఠ పెరుగుతుంది. జర్నలిస్టులు కూడా కొన్ని నైతిక సూత్రాలను పాటించాల్సి ఉంది. మీరు తరచుగా జర్నలిస్టులతో వ్యవహరించక తప్పదు. జర్నలిస్టుల నైతిక సూత్రాల గురించిన అవగాహన మీకు అవసరం. 1954లో ఏర్పాటయిన మొట్టమొదటి ఇండియన్ ప్రెస్ కమిషన్ జర్నలిస్టులు పాటించాల్సిన నైతిక సూత్రాలను ఈకిందివిధంగా క్రోడీకరించింది. ఈ నైతిక సూత్రాలకు చట్టబద్ధత లేనిమాట వాస్తవమే అయినా శుద్ధమైన అంతఃకరణ ఉన్న ప్రతి జర్నలిస్టూ వీటిని పాటించక తప్పదు. 1. పత్రికలు ప్రజాభిప్రాయాన్ని రూపొందించడంలో ప్రధానపాత్ర నిర్వర్తిస్తాయి కనుక జర్నలిస్టులు తమ వృత్తిని పవిత్రమైన ధర్మంగా భావించాలి. ప్రజాప్రయోజనాలను కాపాడేందుకు వారు అన్నివేళలా సంసిద్ధంగా ఉండాలి.

2. జర్నలిస్టులు తమ వృత్తి ధర్మాన్ని నిర్వహించే సందర్భంగా ప్రాథమిక మానవహక్కులకు, సామాజిక హక్కులకు తగిన విలువ ఇవ్వాలి. వార్తలు, వ్యాఖ్యలు రాసేప్పుడు చిత్తశుద్ధితో వ్యవహరించాలి.

3. వార్తలను సేకరించడంలోనూ ప్రచురించడంలోనూ జర్నలిస్టులకు స్వేచ్ఛ ఉంది.

అలాగే నిజాయితీగా విమర్శించే హక్కు కూడా ఉంది. తనకున్న ఈ స్వేచ్ఛనూ, హక్కున జర్నలిస్టు జాగరూకతతో కాపాడాలి.

4. ముఖ్యంగా ఉద్రేకాలకు, హింసకు దారితీసే వార్తలు, వ్యాఖ్యలు రాసేప్పుడ జర్నలిస్టులు సంయమనం పాటించాలి.

5. తను పంపిణీ చేసిన సమాచారం సత్యానికి కట్టుబడినదిగా ఉండేలా చూడాలి వాస్తవాలను ఎలాటి పరిస్థితుల్లోనూ వక్రీకరించరాదు. అలాగే ఏ వాస్తవాన్ని వెలుగులో రాకుండా అణగదొక్కరాదు. అసత్య సమాచారాన్ని ప్రచురించరాదు. తాను నిజాయితీ వాస్తవం అని నమ్మినదాన్నే రాయాలి. ప్రచురించాలి.

6. ప్రచురితమైన ప్రతి వార్తకూ, వ్యాఖ్యకూ తానే సంపూర్ణంగా బాధ్యత వహించాలి ఫలానా వార్తలో తన బాధ్యత లేదు అనుకుంటే ముందే ఆ విషయం స్పష్టంగా ప్రకటించాలి

7. ధ్రువీకరణ లభించని వార్తలను ధ్రువీకరించని వార్తలుగానే ప్రచురించాలి.

8. ఇతరులు తనమీద ఉంచిన విశ్వాసాన్ని జర్నలిస్టులు కాపాడాలి. వృత్తిపరమై రహస్యాలను గోప్యంగా ఉంచాలి. అయితే కోర్టుల ముందుగాని, ప్రెస్ కౌన్సిల్ ముందుగా సమాచార మూలాన్ని వెల్లడించవచ్చు. అంతమాత్రాన అతడు నమ్మకద్రోహానికి పాల్పడ్డాడ భావించడం తగదు.

9. వృత్తి ధర్మాన్ని వ్యక్తిగత ప్రయోజనం ప్రభావితం చేయడాన్ని అనుమతించరాదు.

10. ఏదైనా వార్తగానీ, వ్యాఖ్యగానీ కచ్చితమైనది కాదన్న సందేహం రాగానే నిజానిజా నిగ్గు తేల్చుకోవాలి. పొరపాటు వార్తను ప్రచురిస్తే వెంటనే 'సవరణ' ప్రచురించాలి.

11. లంచం ఆశించడం, ప్రలోభాలకు లొంగడం వంటి వాటిని అయోగ్యమైన చర్య భావించి వాటికి దూరంగా ఉండాలి.

ప్రెస్‌కౌన్సిల్‌కు ఫిర్యాదు చేసే వీలు

భారత ప్రభుత్వం 1965లో ప్రెస్‌కౌన్సిల్ యాక్టును జారీ చేసింది. ఆ తర్వాత 1970 ఇదే చట్టాన్ని సవరించారు. అనంతరం జనతా ప్రభుత్వం 1978లో కొత్త ప్రెస్‌కౌన్సిల్ చట్టా రూపొందించింది. ప్రెస్ కౌన్సిల్ ప్రధాన లక్ష్యాలు రెండు.

1. పత్రికల స్వాతంత్ర్యాన్ని కాపాడటం.

2. వార్తాపత్రికల, వార్తాసంస్థల వృత్తి ప్రమాణాలను మెరుగుపరచడం.

వృత్తి ప్రమాణాలను పెంచడానికి తీసుకునే చర్యల్లో భాగంగా పత్రికలకూ, జర్నలిస్టులక వ్యతిరేకంగా ఏ సంస్థ లేక పౌరుడు ఫిర్యాదు అందజేసినా ప్రెస్ కౌన్సిల్ స్వీకరిస్తుంది. మీడియ ఇన్‌ఛార్జ్‌గా మీకు ఈ కింది విషయాలు తెలిసివుండడం అవసరం.

1. మీకు సంబంధించిగాని మరేదయినా సంస్థకు సంబంధించిగాని ఏదైనా పత్రిక వాస్తవాలు లేని వార్త లేక వ్యాఖ్య ప్రచురిస్తే ఆ విషయమై మీరు ఫిర్యాదు చేయొచ్చు. పత్రిక పేరు తెలుపుతూ, కట్టింగ్‌తోపాటు ప్రెస్ కౌన్సిల్ ఆఫ్ ఇండియా, న్యూఢిల్లీకి ఫిర్యాదు

పంపాలి. మీ ఫిర్యాదులో వాస్తవముందని భావిస్తే ప్రెస్ కౌన్సిల్ వెంటనే ఫిర్యాదుపై విచారణ ప్రారంభిస్తుంది. ఉదాహరణకు ఏ పత్రికలో అయినా మీ పరువుకు భంగం కలిగించే వార్త రావచ్చు. అవాస్తవాలతో కూడిన వార్త లేక వ్యాఖ్య అచ్చుకావచ్చు. ఇలాటి వాటిపై ప్రెస్ కౌన్సిల్‌కు ఫిర్యాదు చేసుకోవచ్చు. పరువు భంగం కేసుని కోర్టుల్లోనూ వేయొచ్చు, ప్రెస్ కౌన్సిల్‌కూ సమర్పించొచ్చు. మీకు వ్యతిరేకంగా ఏదైనా వార్త వస్తే, అందుకు సంబంధించిన అసలు వాస్తవాలను మీరు అదే పత్రికకు పంపిస్తే అది ఏదో ఒక రూపంలో అచ్చువ్వాలి. పత్రికలవారు ఏ కారణం చేత ప్రచురించకపోయినా ప్రెస్ కౌన్సిల్‌కు ఫిర్యాదు చేసుకోవచ్చు. ఒక్క మాటలో చెప్పాలంటే ఎవరయినా విలేకరి లేక జర్నలిస్టు తన వృత్తికి సంబంధించిన నైతిక సూత్రాలను ఉల్లంఘించినట్లు భావించిన సందర్భంలో సదరు విలేకరికి వ్యతిరేకంగా మీరు ప్రెస్ కౌన్సిల్‌కు విజ్ఞప్తి చేసుకోవచ్చు. పత్రికలకూ, ప్రజలకూ మధ్య వారధిగా వ్యవహరించే ఈ ప్రెస్ కౌన్సిల్ అన్నది ప్రెస్ కమిషన్ సిఫార్సు ఆధారంగా ఏర్పడింది. దీనికి పత్రికలపై చర్య తీసుకునే అధికారం ఉంది. కోర్టుకున్న అధికారాల్లో కొన్ని దీనికీ ఉన్నాయి. ప్రెస్‌కౌన్సిల్‌లో అధ్యక్షునితోపాటు కొంతమంది సభ్యులుంటారు. వీరు ఫిర్యాదులపై విచారణ జరిపి తీర్పులు ప్రకటిస్తారు. ఇది ప్రెస్‌కౌన్సిల్ యాక్టు ప్రకారం విచారణ నిర్వహించి నిర్ణయాలు తెలుపుతుంది. అయితే కోర్టులో ఉన్న ఏ కేసునూ ఇది విచారణకు స్వీకరించదు.

ప్రెస్ కౌన్సిల్ ఇచ్చిన తీర్పులను యధాతధంగా ప్రచురించాలి తప్ప వక్రీకరించకూడదు; అపార్థం వచ్చే రీతిలో ప్రచురించకూడదు. ప్రెస్ కౌన్సిల్ తన తీర్పులను పత్రికా ప్రకటనల రూపంలో, కేంద్రప్రభుత్వం ఆధ్వర్యంలోని ప్రెస్ ఇన్ఫర్మేషన్ బ్యూరోకు పంపిస్తుంది. ఆ బ్యూరో వార్తా పత్రికలకు, వార్తా సంస్థలకూ వాటిని పంపిణీ చేస్తుంది. ప్రెస్ కౌన్సిల్ చట్టం ప్రకారం ప్రెస్ కౌన్సిల్ అధ్యక్షుడు తనకు ఫిర్యాదు రాకపోయినప్పటికీ ఏదైనా పత్రికపై విచారణ ప్రారంభించొచ్చు. ఫిర్యాదు అందకపోయినా జరిపే విచారణలను సోమోటో విచారణ అంటారు. చాలా ముఖ్యమైన వార్త లేక వ్యాఖ్య అయితేనే ప్రెస్ కౌన్సిల్ తనంతతానుగా విచారణను ప్రారంభిస్తుంది.

పరిశోధన వార్తలు - పరిమితులు

తెలుగు పత్రికల్లో పరిశోధనాత్మక వార్తలకు చాలా అవకాశాలు ఉండేవి. కారణాలేమైతేనేం అలాంటి అవకాశాలను మనం ఉపయోగించుకోలేక పోతున్నాం. ఉదాహరణకు ప్రభుత్వ కార్యాలయాల్లో అవినీతి ఉన్నదని మనలో చాలామందికి అనుభవమే. అది ప్రజలను ఎంత బాధిస్తున్నదో జర్నలిస్టులమైన మనకూ తెలుసు. కానీ మనం బహిర్గత పరచలేక పోతున్నాం. సరైన సాక్ష్యాధారాలు లభ్యం కాకపోవడం అందుకు కారణం. కోర్టుల చుట్టూ తిరగవలసి వస్తుందన్న భయం మరో కారణం.

- శ్రీ పొత్తూరి వెంకటేశ్వరరావు

లింకన్‌కు కలిసొచ్చిన గడ్డం



అమెరికా అధ్యక్షుడిగా పనిచేసిన అబ్రహం లింకన్ పేరు వినగానే లోతుకుపోయిన సొట్టబుగ్గలు, వాటిని కప్పడానికి ప్రయత్నిస్తున్నట్టుండే గడ్డం మదిలో మెదులుతుంది. అమెరికా అధ్యక్ష ఎన్నికల్లో విజయం సాధించటానికి ఆ గడ్డమే సోపానమైందంటే విస్మయం కలగకమానదు. అదీ ఓ పదకొండేళ్ళ గ్రేస్ అనే చిన్నారి సలహాపై లింకన్ గడ్డం పెంచడం ప్రారంభించారంటే మరీ ఆశ్చర్యం కలుగుతుంది.

అమెరికా అధ్యక్ష ఎన్నికలు మరో మూడు వారాల్లో జరగబోతున్నాయి. అబ్రహంలింకన్ కూడా అధ్యక్ష ఎన్నికల బరిలోకి దిగారు. ఆ సమయంలో గ్రేస్ అనే అమ్మాయి ఇంట్లో కూర్చుని రాత్రివేళ దీపపు వెలుగు చదువుకుంటోంది. ఆ బాలిక తండ్రి ఓ ఫోటోను తీసుకువచ్చి గ్రేస్‌కు ఇచ్చాడు.

"ఇది ఎవరి ఫోటో. ఇంతవరకూ నేను చూడనే లేదు" అని గ్రేస్ తండ్రిని ప్రశ్నించింది.

'అబ్రహంలింకన్ ఫోటో' అని గ్రేస్ తండ్రి సమాధానమిచ్చాడు.

లింకన్ ఫోటోను చేతిలోకి తీసుకున్న గ్రేస్ ఆ ఫోటోను అటూ ఇటూ తిప్పి ఆసక్తిగా దీ వెలుగులో పరిశీలించ సాగింది.

లింకన్ అధ్యక్ష ఎన్నికల్లో పోటీ చేస్తున్న విషయం గ్రేస్‌కు తెలుసు. పేదలంటే అభిమానం, న్యా కోసం ఆరాటపడే లింకన్ ఎన్నికల్లో గెలుపొంది తీరాలన్నది ఆ బాలిక ఆకాంక్ష.

లింకన్ ఫోటోను దీపపు వెలుగులో పరికిస్తున్నప్పుడు ఆయన మొహంలో ఏదో లోటు కొట్టవచ్చిన కనిపించింది గ్రేస్‌కు. లోతైన బుగ్గల్ని కప్పుతూ గడ్డంపెంచితే లింకన్ హుందాగా ఉండి పదుగు మరింత ఆకట్టుకోగలరన్న ఆలోచన గ్రేస్‌కు వచ్చింది.

ఆ వెనువెంటనే లింకన్‌కు లేఖ రాయటానికి గ్రేస్ ఉపక్రమించింది.

"పదకొండేళ్ళ అమ్మాయిని మీలాంటి వారికి ఉత్తరం రాసి ఇలా ఉచిత సలహా ఇస్తున్నంద అన్యథా భావించకండి. నాకు నలుగురు సోదరులు ఉన్నారు. వారిలో ఒకరు ఎటూ మీకే ఓ వేస్తారు. మీరు కనక గడ్డం పెంచితే మిగిలిన ముగ్గురు సోదరులు కూడా మీకే ఓట్లు వేస్తారు" అని లేఖలో గ్రేస్ సూచించింది.

గ్రేస్ ఉత్తరం లింకన్ కార్యాలయానికి చేరింది. లింకన్ సహాయకులు ఆరోజు వచ్చిన ఉత్తరాల పరిశీలిస్తుంటే గ్రేస్ ఉత్తరం కూడా వారి కంట పడింది.

"ప్రతి వారూ ఉచిత సలహాలు ఇచ్చేవారే. ఈ అమ్మాయి చూడు, లింకన్ గడ్డం పెంి బావుంటుందని సలహా ఇస్తోంది" అని ఓ సహాయకుడు పక్కనున్న మరో ఉద్యోగితో వ్యాఖ్యానించా

మామూలుగా అయితే గ్రేస్ ఉత్తరం లింకన్ దృష్టికి రాకుండానే చెత్తబుట్ట పాలయ్యేది. అనుకోకుండా వారి సంభాషణను విన్న లింకన్ ఆసక్తిగా ఆ ఉత్తరం తీసుకుని చదివారు. వెంటనే గ్రేస్‌కు ధన్యవాదాలు తెలుపుతూ జవాబు రాశారు. గ్రేస్ సలహాను స్వీకరించిన లింకన్ గడ్డం పెంచటం మొదలెట్టారు.

అధ్యక్ష ఎన్నికల్లో విజయం సాధించిన అబ్రహం లింకన్ ప్రజలకు ధన్యవాదాలు తెలిపేందుకు దేశమంతటా రైలులో ప్రయాణించారు. లింకన్ రైలు గ్రేస్ వాళ్ళ ఊళ్ళో ఆగింది.

లింకన్‌ను చూడటానికి రైల్వే స్టేషన్‌లో పెద్ద సంఖ్యలో జనం గుమిగూడారు. గ్రేస్, ఆమె తల్లిదండ్రులు, సోదరులు కూడా లింకన్‌ను చూసేందుకు రైల్వే స్టేషన్‌కు వచ్చారు. లింకన్ కనపడగానే ప్రజలు పెద్దపెట్టున హర్షధ్వానాలు చేశారు. 'మాట్లాడాలి, మాట్లాడాలి' అంటూ వారు నినాదాలు చేశారు.

లింకన్ కొద్దిసేపు ప్రసంగించాక, "ఈ ఊళ్ళో నాకో చిన్నారి నేస్తం ఉంది. ఆ నేస్తం పేరు గ్రేస్. ఆ బాలిక కనుక ఈ సమూహంలో ఉన్నట్లయితే ముందుకు రావలసింది" అని కోరారు.

గ్రేస్ ఆమె కుటుంబ సభ్యులు లింకన్‌ను కలుసుకున్నారు. గ్రేస్‌ను ఆప్యాయంగా ముద్దాడి 'నేను గడ్డం పెంచితే బావుంటుందని నువ్వు సలహా ఇచ్చావు. నీ కోసం నేను గడ్డం పెంచుతున్నాను. ఈ గడ్డం ఎప్పుడూ ఇలాగే ఉంటుంది' అని లింకన్ చెప్పారు.

ఇలా ఓ చిన్నారి సలహా లింకన్‌కు అచ్చివచ్చింది.

రష్యాప్రధాని పెద్దమనసు

రష్యా ప్రధాని ప్రిమకోవ్ 1998 డిసెంబర్ చివరలో భారతదేశంలో రెండు రోజులపాటు పర్యటించారు. ఆయన వివిధ కార్యక్రమాల్లో పాల్గొని స్వదేశానికి తిరిగి వెళ్తున్నారు. విమానాశ్రయంముందు ప్రిమకోవ్ కారు ఆగింది. కారు డ్రైవర్ శోభాచంద్ తలుపు తీసి నిల బడ్డాడు. కారు దిగిన ప్రిమ్‌కోవ్ డ్రైవర్‌తో చేతులు కలిపి ధన్యవాదాలు తెలియజేశారు. ఓ దేశాధినేత స్వదేశానికి వెళ్ళబోతూ తనను రెండు రోజులపాటు వివిధ ప్రాంతాలకు తీసుకువెళ్ళిన కారు డ్రైవర్‌కు ప్రత్యేకంగా కృతజ్ఞతలు చెప్పటం అక్కడున్నవారి నందరినీ ఆశ్చర్యపరిచింది. ప్రిమకోవ్ కారు డ్రైవర్‌కే కాక ప్రోటోకాల్ అధికారులకు కూడా ధన్యవాదాలు తెలిపి ముందుకు కదిలారు. హోదాలను మరచి అరమరికలు లేకుండా వ్యవహరించే ఇలాంటి తీరు పదుగురినీ ఆకట్టుకోవటమే కాక మన వ్యక్తిత్వాన్ని చాటి చెబుతుంది.

ప్రచారంకోసం ప్రవీణులు

రాజకీయ పార్టీల నేతల ఇమేజ్‌ని పెంచటానికి ఇప్పుడు కొంతమంది జర్నలిస్టులు, పి. ఆర్ నిపుణులు రంగప్రవేశం చేశారు. 'స్పిన్ డాక్టర్లు'గా వీరిని వ్యవహరిస్తున్నారు. ఏరకం దుస్తులు ధరించి టీవీ తెరముందుకు రావాలి, ఆయా నాయకుల ప్రతిష్ఠను ప్రజల్లో ఎలా పెంచాలి వంటి విషయాలను వీరు పర్యవేక్షిస్తున్నారు. వాణిజ్య ఉత్పత్తులకు బ్రాండ్ ఇమేజ్ ఉన్నట్లే రాజకీయ నాయకులకు కూడా బ్రాండ్ ఇమేజ్‌ను సృష్టించటానికి వీరు కృషి చేస్తున్నారు. 1999 లోక్‌సభ ఎన్నికల్లో జాతీయ ప్రజాస్వామ్య కూటమి (ఎన్.డి.ఎ) వాజ్‌పేయిని ప్రచారంలో అగ్రభాగాన నిలిపి ఓటర్లముందుకు వచ్చింది. సమర్ధప్రధాని నినాదంతో ఓటర్లను ఆకట్టుకోవటానికి ప్రయత్నించి సఫలీకృతులయ్యారు కూడా.

రాజకీయ పార్టీల ఇమేజ్‌ని పెంచటంలో ప్రస్తుతం కీలకపాత్ర పోషిస్తున్న ఈ స్పిన్ డాక్టర్లు ఒపీనియన్

పోల్స్, స్పాన్సర్డ్ వ్యాసాల ప్రచురణ వంటి కార్యకలాపాలను కూడా చూస్తున్నారు. ఏ సందర్భంలో దుస్తులు ధరించి ప్రజల ముందుకు వస్తే బావుంటుందన్న విషయంలో ఆయా నాయకులకు సలహా ఇస్తున్నారు. జర్నలిస్టు చోరామస్వామిని తమిళనాట తొలి, ఏకైక స్పిన్ డాక్టర్‌గా పేర్కొనవచ్చు. అయ గతంలో ఎం.జి.ఆర్ వంటి నాయకుల ఇమేజ్‌ని పెంచటంలో ప్రముఖ పాత్ర వహించారు. అద్వా వాజ్‌పేయి, చంద్రశేఖర్, జయలలిత వంటి నేతలపై ప్రజల్లో నిర్దిష్ట అభిప్రాయాలు ఏర్పరచటాని తన పత్రిక తుగ్లక్ ద్వారా కృషి చేశారు. తమిళనాడులో కొందరు జర్నలిస్టులు తమ వార్తా కథనాల చోరామస్వామితో ముందుగా చర్చిస్తారని వినికిడి. ఆ వార్తా కథనాలకు వలసిన 'మసాలా'ను రామస్వా అందించేవారట. తద్వారా ఆ వార్తలు విశేష ప్రాచుర్యంలోకి రావటానికి చోరామస్వామి దోహదపడేవా

"మేం రాజకీయ పార్టీలకు కొత్త ఆలోచనలు అందిస్తాం. వ్యూహరచనలో కూడా మావంతు తోడ్పా ఉంటుంది. ఏయే అంశాలను ప్రజలముందు చాటి చెప్పాలో కూడా వివరిస్తాం. అయితే లేనిదాని ఉన్నట్లుగా చూపటం మావల్ల కాదు. ఎంతోకొంత ఇమేజి ఉంటే దాన్ని మరింత దృఢతరం చేసేందు మాత్రమే వీలుంది" అని ఓ రాజకీయ పార్టీకి స్పిన్ డాక్టర్‌గా పనిచేసిన సీనియర్ జర్నలిస్ట్ షెనా పేర్కొన్నారు. మాకు విధానాల రూపకల్పనలో ఏవిధమైన పాత్ర లేదని, ప్రచారంకోసం మాత్రమే తా ఉపకరిస్తున్నామని మరో జర్నలిస్టు వివరించారు. పార్టీలు, నాయకులు భారీ బడ్జెట్‌లతో పత్రిక వ్యాపార ప్రకటనలు ఇచ్చి ఇమేజి పెంచుకోవటం సాధ్యంకాదు కనుక సీనియర్ జర్నలిస్టుల సేవల ఉపయోగించు కుంటున్నారు. ఈ ధోరణి కేవలం ఢిల్లీకే పరిమితం కాకుండా మున్ముందు వ రాష్ట్రంలోని అన్ని జిల్లాలకూ విస్తరించినా ఆశ్చర్యపోనక్కర్లేదు.

ఆదర్శంగా నిలిచిన ఎల్ అండ్ టి సంస్థ

పట్టణాలు, నగరాల్లో ఏదో ఒక ప్రభుత్వ శాఖ రోడ్లను తవ్వుతూనే ఉంటుంది. ఒక శాఖ రోడ్ల తవ్వి వెళ్ళిన రెండు రోజులకే మరో శాఖ వచ్చి మళ్ళీ రోడ్లను తవ్వటం ప్రారంభిస్తుంది. ఈ క్రమం వాహనాలపై వెళ్ళేవారు, పాదచారులు పలు ఇబ్బందుల పాలవుతుంటారు. ప్రజల ఇబ్బందుల గురించిన ధ్యాస ప్రభుత్వాలకు ఉండనే ఉండదు.

ఇలాంటి పరిస్థితుల్లో ప్రభుత్వ శాఖలకు భిన్నంగా మెలగి అందరి మన్ననలు చూరగొంది అండ్ టి లిమిటెడ్. జంటనగరాల్లో టాటా టెలిసర్వీసెస్ లిమిటెడ్ కోసం అండర్‌గ్రౌండ్ కేబుల్స్ బాధ్యతను ఎల్ అండ్ టి సంస్థ చేపట్టింది. కేబుల్స్ వేయాలంటే రోడ్లను తవ్వక తప్పదు. రోడ్ల వ్వితే ప్రజలకు ఇబ్బందులూ తప్పవు. అయితే ప్రజల అసౌకర్యాలను పరిగణనలోకి తీసుకున్న ండ్ టి రోడ్ల తవ్వకం సాగించిన ప్రతిచోటా చిన్న బోర్డులను ఏర్పాటు చేసింది. "పక్కనుంచి వెళ్ళ ప్రజలకు కలిగిన ఈ అసౌకర్యానికి చింతిస్తున్నాం. టాటా సంస్థ కోసం ఈ తవ్వకం పని సాగిస్తున్నా ' అని బోర్డులపై రాశారు. అంతటితో వూరుకోకుండా రోడ్డు తవ్విన మేర చుట్టూ రిబ్బన్లు కట్టారు. పనులు చకచకా పూర్తి చేయడంకోసం ఆధునిక పరికరాలను వినియోగించారు. ప్రజలకు అసౌకర తగ్గించే ఉద్దేశంతో ఖర్చు ఎక్కువైనా రాత్రిపూటే తవ్వకం పనులు సాగించారు. ప్రజల ఇబ్బందుల ఏ ప్రభుత్వ శాఖ పట్టించుకోని ఈ రోజుల్లో ఎల్ అండ్ టి లిమిటెడ్ ఆదర్శంగా నిలిచింది.

పెద్దనాయకులు పర్యటనకు వస్తుంటే....

గెస్ట్ కాలమ్ - పి.వి.శ్రీరామసాయి



పార్టీకి చెందిన జాతీయ, రాష్ట్రస్థాయి నాయకులు పర్యటనకు వచ్చినప్పుడు ఆ నాయకులు వివిధ సభలు, కార్యక్రమాల్లో చేసే ప్రసంగాలు, ఇచ్చే సందేశాలను జనమాధ్యమాలద్వారా ప్రజలకు చేరవేయటంలో ఆయా పార్టీల మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్‌లు కీలక పాత్ర వహిస్తారు. మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్‌లు తగినంత ముందు చూపుతో పకడ్బందీగా కార్యాచరణకు దిగినప్పుడు సత్ఫలితాలు సాధించ వీలుంది.

సానుకూల భూమికకు కృషి

ప్రజలకు సంబంధించిన రాజకీయ విషయాలను తెలియజేయటం కోసం జాతీయ నాయకుడు రాష్ట్రంలో విస్తృత పర్యటన జరపటానికి వస్తున్నాడనుకోండి. ఈ సందర్భంలో విలేకరులకు ఆ సమస్యపట్ల లోతైన అవగాహన ఏర్పరచి సానుకూలంగా స్పందించేలా చూడాల్సిన బాధ్యత మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్‌దే. ఫలానా నాయకుడు చేపట్టిన ఈ పర్యటన మౌలిక లక్ష్యమేమిటి? సమస్య తీవ్రత ఏమిటి? ప్రజలు ఆ సమస్యకు సంబంధించిన విషయాలను తెలుసుకోవలసిన అవసరం ఏమిటి? గతంలో ఇదేతరహా సమస్య తలెత్తినప్పుడు అప్పట్లో రాజకీయ నాయకులు ఏవిధంగా స్పందించారు? వంటి అంశాలను విలేకరుల దృష్టికి తెచ్చి మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ సానుకూల భూమికను ఏర్పరచగలగాలి.

ముందుచూపు ముఖ్యం

జాతీయ నాయకుడి పర్యటన మన రాష్ట్రంలో లేదా మన ప్రాంతంలో ఎన్ని రోజులపాటు జరుగుతుంది. ఏయే ప్రాంతాల్లో ఎప్పుడెప్పుడు పర్యటించబోతున్నారు. వార్తాపత్రికలు లేని చోట నాయకుని పర్యటన ప్రారంభమవుతుంటే ఆ ప్రాంతానికి దగ్గరగా పత్రికల ఎడిషన్ సెంటర్లు ఎక్కడ ఉన్నాయి. నాయకుడు రాష్ట్రంలో ఏ రోజున ఎన్ని గంటలకు ప్రవేశిస్తున్నాడు వంటి విషయాలను మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్‌ముందుగానే ఆలోచించాలి. సభాస్థలి నుంచి పత్రికల ఎడిషన్ల కేంద్రాలు ఎంత దూరంలో ఉన్నాయి. ఎప్పటిలోగా వార్తను పత్రికా కార్యాలయానికి చేరవేయాలి, వార్తలను పంపటానికి సమీపంలో ఫ్యాక్స్ టెలిఫోన్ సౌకర్యం ఉందా అనే విషయాలనూ పరిశీలించాలి.

ప్రతి సభలోనూ విలేకరులకు ఏర్పాట్లు

జాతీయ నాయకుడి పర్యటనకార్యక్రమం ముందుగానే ఖరారవుతుంది. ఏరోజు ఎన్ని గంటలకు ఏ సభలో మాట్లాడతారో ముందే నిర్ణయం అయివుంటుంది. మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ నాయకుడు పర్యటించే ప్రదేశాలను ముందుగా ఒకసారి చుట్టి రావాలి. బహిరంగ సభావేదిక

వద్ద విలేకరుల కోసం ప్రత్యేకంగా సీట్లు కేటాయించేలా స్థానిక నాయకులతో సంప్ర తగు చర్యలు తీసుకోవాలి. అలాగే టీవీ కెమెరామెన్, ఫోటోగ్రాఫర్లు తమకు అనువైన (షూట్ చేయటానికి, ఫోటోలు తీసుకోవటానికి ఎత్తయిన వేదికను ఏర్పాటు చేయాలని . నాయకులకు చెప్పాలి. సభకు హాజరయ్యే ప్రజానీకానికి ఇబ్బంది కలగని రీతిలో ఈ ఉండేట్లు శ్రద్ధ వహించాలి. రాష్ట్రవ్యాప్తంగా జరిగే పర్యటన ఏర్పాట్లను రాష్ట్రస్థాయిలో మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ నిర్వహించుకు రావటం దుర్లభం. ఈ కారణంగా జిల్లా లేదా , స్థాయిలో పార్టీకి చెందిన కార్యకర్తల సహకారం పొందాలి.

ప్రత్యేకంగా వాహనాలు

పత్రికవారికోసం ప్రత్యేకంగా వాహనాలు ఏర్పాటు చేయటానికి పార్టీ నాయకులు ? సుముఖత చూపరు. నాయకుడి వెంట చాలామంది కార్యకర్తలు కూడా వారివారి వాహనా బయలుదేరతారు కనుక విలేకరులు ఆ వాహనాల్లో సర్దుకుంటే సరిపోతుందని పి కూడా చెప్తారు. కానీ ఇది విరుద్ధ ఫలితాలనిస్తుంది. నాయకుడిని అనుసరించే కార్యక నాయకుడితో పాటు ముందుకు వెళ్ళాలనుకుంటాడు. విలేకరులు, ఫోటో గ్రాఫర్లు అ కవర్ చేసుకుని వార్తల్ని అందజేయటానికి వెనక్కి వచ్చేయాలనుకుంటారు. ఇలాంట విలేకరుల కోసం ప్రత్యేకంగా వాహనాలు ఏర్పాటు చేయకపోతే వారు సకాలంలో ప కార్యాలయాలకు చేరుకోలేరు. వార్తల్ని ఫైల్ చేయలేరు. ఖర్చుకు వెనకాడితే అసలుకే ఎస ప్రమాదం ఉంటుంది. ఏయే పత్రికల విలేకరులు పర్యటనలో ముందుకు కొనసాగు ఎవరు ఏ సభనుంచి వెనక్కి వచ్చేయాలనుకుంటున్నారు అన్న విషయాలను తెలుసు మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ తదనుగుణంగా వాహనాల ఏర్పాట్లు చేయాలి. అలాగే ఫోటోగ్రా టీవీఛానెల్స్ విలేకరులు, కెమెరామెన్‌కు వేర్వేరుగా వాహనాలను ఏర్పాటు చేయాలి. ప విలేకరులు సభ పూర్తయ్యేవరకూ ఉండి వార్తలు సేకరిస్తుంటారు. ఫోటోగ్రాఫర్లు, కెమెరామెన్ ముఖ్యమైన దృశ్యాలను తీసుకుని వెనువెంటనే ఎడిషన్ సెంటర్‌కు వ చేర్చటానికి ఉద్యుక్తమవుతారు. విలేకరులు వచ్చేవరకూ మీరూ వేచివుండండి అంటే ఫోట సకాలంలో అందించటం సాధ్యం కాదు. వార్తలను ఫోన్‌లోనైనా చెప్పవీలుంది. ఫోటో డెవలప్ చేసి ప్రింట్లు వేయటానికి సమయం పడుతుంది. కనుక ఫోటోగ్రాఫర్లు, కెమెరామెన్‌కు ప్రత్యేకంగా వాహనాలు ఏర్పాటు చేయటంవలన మంచి ఫలిత సాధించవచ్చు.

వారి పనులు మీ పనులుగా

కొన్ని తెలుగు పత్రికలకు రాష్ట్రంలో పరిమితంగా ఎడిషన్ కేంద్రాలు ఉన్నాయి పత్రికల ఫోటోగ్రాఫర్లు దూరాన ఉన్న ఎడిషన్ కేంద్రానికి ఫోటోలను సకాలంలో అందజేయ ఒక్కోసారి కుదరకపోవచ్చు. వీరి ఇబ్బందిని దృష్టిలో పెట్టుకుని ఫోటో రీళ్ళను వారి పత్ర కార్యాలయాలకు చేర్చటానికి మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ ప్రత్యేకంగా ఒకరిని ఏర్పాటు చేయ ఇందువల్ల ఫోటోగ్రాఫర్ ఏ బాదరబందీ లేకుండా మిగిలిన సభల ఫోటోలను కవర్ చేయట వీలవుతుంది. అలాగే హైదరాబాద్‌లోని టీవీ ఛానెల్స్‌కు వీడియో టేపులను అందజేయట

కూడా ప్రత్యేకంగా ఒకరిని నియమిస్తే ఆ వ్యక్తి ఎప్పటికప్పుడు సకాలంలో టేపుల్ని అందజేయవీలవుతుంది.

స్పెషల్ కరస్పాండెంట్లకోసం...

జాతీయ నాయకుడివెంట ఢిల్లీనుంచి, ఇతర ముఖ్య కేంద్రాలనుంచి స్పెషల్ కరస్పాండెంట్లు వస్తారు. ఈ స్పెషల్ కరస్పాండెంట్స్ పంపే వార్తలకోసం ఆయా పత్రికలు నిరీక్షిస్తుంటాయి. ఈ విలేకరులు రొటీను వార్తలను కాకుండా ఆరోజు ఆ నాయకుడి పర్యటనలో చోటు చేసుకున్న విశేషాలను అన్నీ కలగలిపి ప్రత్యేక కథనంగా పంపుతారు. రొటీనుకు భిన్నంగా ఉండే ఈ తరహా కథనాలు పాఠకుల్ని ప్రత్యేకంగా ఆకర్షిస్తాయి. నాయకుడి పర్యటన సాఫల్య, వైఫల్యాలను ఈ కథనాలనుంచి ప్రజలు తెలుసుకోగలుగుతారు. స్పెషల్ కరస్పాండెంట్స్ పంపే వార్తలకున్న ప్రత్యేకత దృష్ట్యా వారికి అవసరమైన ఏర్పాట్లపై మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ శ్రద్ధ వహించాలి. రాత్రిపూట భోజన, వసతి సౌకర్యాలను ఏర్పాటు చేయాలి. రాత్రిపూట ఒక ప్రదేశంలో బస చేసిన నాయకుడు ఆ మరునాడు ఉదయం పర్యటనను తిరిగి చేపట్టేముందు విలేకరుల సమావేశం ఏర్పాటు చేసి మాట్లాడవచ్చు. ఇలాంటప్పుడు ఈ సమావేశం ఎక్కడ, ఎన్ని గంటలకు ఏర్పాటైందో ఆ ముందురోజే విలేకరులకు తెలియజేసి వారు అక్కడికి సకాలంలో చేరుకునేట్లు చూడాలి.

ప్రయాణంలోనే ప్రత్యేక ఇంటర్వ్యూలు

విలేకరులు ఎవరికివారు తమ పత్రికకోసం నాయకుడిని ప్రత్యేకంగా ఇంటర్వ్యూ చేయాలని కోరుకుంటారు. ప్రత్యేకంగా ఇంటర్వ్యూలకు సమయం కేటాయించటం నాయకుడికి సాధ్యపడకపోవచ్చు. ఈ ఇబ్బందిని దృష్టిలో పెట్టుకుని సభకు సభకు మధ్య కాలంలో కారులో ప్రయాణిస్తున్నప్పుడే ప్రత్యేక ఇంటర్వ్యూలు ఇప్పించేట్లు చూస్తే సరిపోతుంది.

నాయకుడు ఒకే రోజు అనేక సభల్లో మాట్లాడవలసి వుంటుంది కనుక ప్రసంగాలలో పునరుక్తులు తప్పనిసరి. ప్రతి సభలోనూ ఇవే విషయాలు చెప్తారులే అన్న ఉపేక్షాభావంతో కూడా విలేకరులు ఉండవచ్చు. కానీ కొన్ని సందర్భాల్లో వేర్వేరు సభల్లో నాయకుడు వేర్వేరు విషయాలను చెప్పినప్పుడు దాన్ని విలేకరుల దృష్టికి తేవలసిన అవసరం ఉంది.

'జడ్' కేటగిరి నేతలు వస్తే...

ప్రధానమంత్రి, హోంమంత్రి, ముఖ్యమంత్రి ఇతర 'జడ్'కేటగిరి నాయకులు పర్యటనకు వచ్చినప్పుడు సెక్యూరిటీ ఇబ్బందులు చాలా ఉంటాయి. ముందుగా అనుమతి లేనిదే భద్రతా సిబ్బంది ఎవరినీ దగ్గరకు రానివ్వరు. ప్రధానమంత్రి వంటి స్థాయి నాయకుల పత్రికా విలేకరుల సమావేశం ముందుగానే నిర్ణయం అవుతుంది. భద్రతా అధికారుల అనుమతితో ప్రెస్ ఇన్‌ఫర్మేషన్ బ్యూరో (పి.ఐ.బి) అధికారులు ఈ విలేకరుల సమావేశం ఏర్పాటు చేస్తారు. ప్రధానమంత్రి అనధికార పర్యటన జరుపుతున్నట్లయితే పార్టీవారే విలేకరుల సమావేశాన్ని ఏర్పాటు చేయాల్సి ఉంటుంది. రాష్ట్ర సమాచార, పౌరసంబంధాల శాఖ అధికారులు, ఎక్రిడిటేషన్ (గుర్తింపు) కార్డులు ఉన్న విలేకరుల జాబితాను తయారు చేసి పోలీసు కమిషనర్

కూడా ప్రత్యేకంగా ఒకరిని నియమిస్తే ఆ వ్యక్తి ఎప్పటికప్పుడు సకాలంలో టేపుల్ని అందజేయవీలవుతుంది.

స్పెషల్ కరస్పాండెంట్లకోసం...

జాతీయ నాయకుడివెంట ఢిల్లీనుంచి, ఇతర ముఖ్య కేంద్రాలనుంచి స్పెషల్ కరస్పాండెంట్లు వస్తారు. ఈ స్పెషల్ కరస్పాండెంట్స్ పంపే వార్తలకోసం ఆయా పత్రికలు నిరీక్షిస్తుంటాయి. ఈ విలేకరులు రొటీను వార్తలను కాకుండా ఆరోజు ఆ నాయకుడి పర్యటనలో చోటు చేసుకున్న విశేషాలను అన్నీ కలగలిపి ప్రత్యేక కథనంగా పంపుతారు. రొటీనుకు భిన్నంగా ఉండే ఈ తరహా కథనాలు పాఠకుల్ని ప్రత్యేకంగా ఆకర్షిస్తాయి. నాయకుడి పర్యటన సాఫల్య, వైఫల్యాలను ఈ కథనాలనుంచి ప్రజలు తెలుసుకోగలుగుతారు. స్పెషల్ కరస్పాండెంట్స్ పంపే వార్తలకున్న ప్రత్యేకత దృష్ట్యా వారికి అవసరమైన ఏర్పాట్లపై మీడియా ఇన్‌ఛార్జ్ శ్రద్ధ వహించాలి. రాత్రిపూట భోజన, వసతి సౌకర్యాలను ఏర్పాటు చేయాలి. రాత్రిపూట ఒక ప్రదేశంలో బస చేసిన నాయకుడు ఆ మరునాడు ఉదయం పర్యటనను తిరిగి చేపట్టేముందు విలేకరుల సమావేశం ఏర్పాటు చేసి మాట్లాడవచ్చు. ఇలాంటప్పుడు ఈ సమావేశం ఎక్కడ, ఎన్ని గంటలకు ఏర్పాటైందో ఆ ముందురోజే విలేకరులకు తెలియజేసి వారు అక్కడికి సకాలంలో చేరుకునేట్లు చూడాలి.

ప్రయాణంలోనే ప్రత్యేక ఇంటర్వ్యూలు

విలేకరులు ఎవరికివారు తమ పత్రికకోసం నాయకుడిని ప్రత్యేకంగా ఇంటర్వ్యూ చేయాలని కోరుకుంటారు. ప్రత్యేకంగా ఇంటర్వ్యూలకు సమయం కేటాయించటం నాయకుడికి సాధ్యపడకపోవచ్చు. ఈ ఇబ్బందిని దృష్టిలో పెట్టుకుని సభకు సభకు మధ్య కాలంలో కారులో ప్రయాణిస్తున్నప్పుడే ప్రత్యేక ఇంటర్వ్యూలు ఇప్పించేట్లు చూస్తే సరిపోతుంది.

నాయకుడు ఒకే రోజు అనేక సభల్లో మాట్లాడవలసి వుంటుంది కనుక ప్రసంగాలలో పునరుక్తులు తప్పనిసరి. ప్రతి సభలోనూ ఇవే విషయాలు చెప్తారులే అన్న ఉపేక్షాభావంతో కూడా విలేకరులు ఉండవచ్చు. కానీ కొన్ని సందర్భాల్లో వేర్వేరు సభల్లో నాయకుడు వేర్వేరు విషయాలను చెప్పినప్పుడు దాన్ని విలేకరుల దృష్టికి తేవలసిన అవసరం ఉంది.

'జడ్' కేటగిరి నేతలు వస్తే...

ప్రధానమంత్రి, హోంమంత్రి, ముఖ్యమంత్రి ఇతర 'జడ్'కేటగిరి నాయకులు పర్యటనకు వచ్చినప్పుడు సెక్యూరిటీ ఇబ్బందులు చాలా ఉంటాయి. ముందుగా అనుమతి లేనిదే భద్రతా సిబ్బంది ఎవరినీ దగ్గరకు రానివ్వరు. ప్రధానమంత్రి వంటి స్థాయి నాయకుల పత్రికా విలేకరుల సమావేశం ముందుగానే నిర్ణయం అవుతుంది. భద్రతా అధికారుల అనుమతితో ప్రెస్ ఇన్‌ఫర్మేషన్ బ్యూరో (పి.ఐ.బి) అధికారులు ఈ విలేకరుల సమావేశం ఏర్పాటు చేస్తారు. ప్రధానమంత్రి అనధికార పర్యటన జరుపుతున్నట్లయితే పార్టీవారే విలేకరుల సమావేశాన్ని ఏర్పాటు చేయాల్సి ఉంటుంది. రాష్ట్ర సమాచార, పౌరసంబంధాల శాఖ అధికారులు, ఎక్రిడిటేషన్ (గుర్తింపు) కార్డులు ఉన్న విలేకరుల జాబితాను తయారు చేసి పోలీసు కమిషనర్

అభ్యర్థి పర్యటన కార్యక్రమం ఫోటోలను తీయించటానికి ప్రత్యేకంగా ఫోటో గ్రాఫర్‌ను వీడియో గ్రాఫర్‌ను ఏర్పాటు చేయాలి. పత్రికా ఫోటోగ్రాఫర్లు, టీవీ కెమెరామెన్ ఎన్నికల సమయంలో బిజీగా ఉంటారు కనుక పోటీచేసే ప్రతి అభ్యర్థినీ ప్రతిరోజూ కవర్‌చేయటం వారికి సాధ్యపడదు. ఫోటోగ్రాఫర్‌ను ఏర్పాటు చేసుకుని సాయంకాల పత్రికల డెడ్‌లైన్‌ను దృష్టిలో పెట్టుకుని మధ్యాహ్నానికల్లా ఫోటోలు అందేట్లు చూడాలి. అలాగే అభ్యర్థి పర్యటనలో ముఖ్య ఘట్టాలను ఓ పావుగంట సేపు వీడియోలో చిత్రీకరించి ఆ టేప్‌ను సిటీకేబుల్ వంటి ఛానెల్స్‌కు ఇస్తే వారు వార్తల్లో ప్రసారం చేయటానికి వీలవుతుంది. నియోజకవర్గంలో ప్రజలకు బాగా హత్తుకునే అంశాలను తీసుకుని నినాదాలను రూపకల్పనచేయించాలి. ఈ నినాదాలను గోడలమీద, అభ్యర్థి పాల్గొనే సభల్లో ప్రముఖంగా ప్రదర్శించాలి. నినాదాల రూపకల్పనలో ప్రజల మౌలిక సమస్యలను ప్రధానంగా దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి. ఓటర్లలో చైతన్యం బాగా పెరిగింది. సొంతంగా ఆలోచించి నిర్ణయాలు తీసుకుంటున్నారు. పరిణతి చెందిన ఓటరు ముందు పార్టీ విధానాలు, కార్యక్రమాలు, స్థానిక సమస్యలు వంటి వాటిని సమర్థవంతంగా ఆవిష్కరింపచేయాలి. ఇదే విజయానికి తొలిమెట్టు అవుతుంది.

శ్రీ పి.వి.శ్రీరామసాయి: బిజెపి రాష్ట్ర శాఖ మీడియా సెల్ కన్వీనర్‌గా ఉన్నారు. పత్రిక సంబంధాల నిర్వహణలో బాగా అనుభవం గడించారు.

పదవికోసం పదవి కాదు

పదవీకాంక్ష లేకపోవడమనేది వ్యక్తిత్వానికి చాలా అవసరం. పదవిని సేవకోసం వినియోగించటం ప్రధానం. అట్లా చేయటంలో తన వ్యక్తిత్వం దెబ్బతినకుండా చూసుకోవచ్చు. 1932 ప్రాంతంలో మద్రాసు రాష్ట్రంలో మితవాదుల ప్రభుత్వం ఏర్పడింది. దాన్లో టి.ఆర్.వెంకటరామశాస్త్రిగారు న్యాయశాఖ మంత్రిగా నియుక్తులయ్యారు. ఉదయమే ప్రమాణస్వీకారం చేశారు. ఆఫీసుకెళ్ళాడు. మొదటి ఫైలే శాంతిభద్రతలకు సంబంధించినది. దానిపైన తన అభిప్రాయాలు రాసి ఉత్తర్వు కూడా రాశాడు. ఆ ఉత్తర్వు విధిగా గవర్నర్ ఆమోదం పొందాల్సి ఉంటుందని ముఖ్య కార్యదర్శి వచ్చి చెప్పాడు. మంత్రిగా తన హోదాకు అది భంగమని శాస్త్రిగారి అభిప్రాయం. రాజీనామా చేసేశాడు. కొద్ది గంటలే ఆయన మంత్రిగా ఉన్నాడు.

- శ్రీ జి.కృష్ణ

ప్రచార పర్వంపై ప్రముఖులు ఏమంటున్నారు?

ఇంటర్ 'వ్యూ' పాయింట్

ప్రచారంలో చంద్రబాబుది శాస్త్రీయ బాణి

- డాక్టర్ సి.వి.నరసింహారె

నేనేమిటో ప్రజలకు తెలియచెప్పింది పత్రికలే

- డాక్టర్ వై.ఎస్.రాజశేఖరరె

మంచి జర్నలిస్టులూ మన మధ్యే ఉన్నారు

- శ్రీ పి.వేణుగోపాల్‌రె

మా ఉద్యమాల కవరేజి తక్కువగా ఉంటోంది

- శ్రీసురవరం సుధాకర్‌రె

ప్రజలదారి ప్రజలది, పత్రికలదారి పత్రికలది

- శ్రీ బి.వి.రాఘవు

నా ప్రజలకు నేనేమిటో తెలుసు

- డా॥ కోడెల శివప్రసాదరా

రేడియో శ్రోతలకు ఉపన్యాసాలు చెవికెక్కవు

- శ్రీ ఆర్.వి.వి.కృష్ణారా

ప్రజాసంబంధాల రంగంలో డాక్టర్ నరసింహారెడ్డి కృషికి గుర్తింపుగా అనేక అవార్డ
అందుకున్నారు. ఏ సిఫార్సు లేకుండా స్వయం ప్రతిభతో 1958లో పి.ఆర్.ఓ వృత్తిలో చేర
ఎటువంటి 'గాడ్ ఫాదర్' లేకుండా నిత్యం సవాళ్ళను ఎదుర్కొంటూ, ఒక్కో మెట్టు నిర్మించుకుం
ఆయన ఎదిగారు. ప్రజాసంబంధాల రంగానికి సేవ చేయాలన్న లక్ష్యమే తనను ముంద
నడిపిస్తోందని అంటారాయన. తన నలభై ఏళ్ళ వృత్తి జీవితంలో ఇద్దరు ప్రముఖులు శ్రీ నరే
లూథర్, శ్రీ పి.వి.ఆర్.కె.ప్రసాద్‌లను మరచిపోలేనని తన పనితనాన్ని చూసి వారు ప్రోత్సహించ
ఆయన చెప్పారు.

ప్రజాసంబంధాల రంగంలో మేరునగధీరుడైన డాక్టర్ సి.వి.నరసింహారెడ్డి ఈ రంగ
సంబంధించిన పలు విషయాలను సమగ్రంగా ఆవిష్కరించారు. చంద్రబాబునాయుడు ప్రచార
శాస్త్రీయ పంథాను అనుసరిస్తారని, ఎన్.టి.ఆర్‌ది సినిమా స్టయిల్ ప్రచారమని ఆయన ప
చెప్పారు. ప్రజా సంబంధాల రంగానికి రాబోయే రోజుల్లో ఉజ్వల భవిష్యత్తు ఉందన్నారు. వ్యక్తి
స్థాయిలో కూడా ప్రతి ఒక్కరికీ ప్రజాసంబంధాలు అవసరమన్నారు. నాలుగు పదుల అనుభవ
ఈ రంగంతో ఉన్న గాఢమైన అనుబంధంతో డాక్టర్ సి.వి.నరసింహారెడ్డి ఈ ఇంటర్వ్యూలో ప్ర
పర్వపు లోతులను తరచి చూశారు.

ప్రజా సంబంధాల రంగంలో నాటికీ నేటికీ వచ్చిన మార్పులు ఏమిటి?

నాలుగు దశాబ్దాల కాలంలో ప్రజాసంబంధాల రంగంలో గణనీయ మార్పులు వచ్చాం
అప్పట్లో ప్రజాసంబంధాలంటే పత్రికా ప్రకటనలు జారీ చేయటం, గ్రామాల్లో సినిమా
చూపించటం మాత్రమే. కానీ ఇప్పుడు ప్రజాసంబంధాలు బాగా విస్తరించాయి. ఇప్పు
ప్రజాసంబంధాలంటే- ఉద్యోగులతో సత్సంబంధాలు, వాటాదారులతో సత్సంబంధా
నియోగదారులతో సత్సంబంధాలు, ప్రభుత్వ యంత్రాంగంతో సత్సంబంధాలు, జన
మ్యూనిటీతో సత్సంబంధాలు, పత్రికా సంబంధాలు, రేడియో, టీవీ మాధ్యమాల
ంబంధాలు,, ప్రజలతో ముఖ్యమంత్రి ముఖాముఖి మాట్లాడగలగడాన్నిబట్టే ప్రజాసంబంధ
స్తృతిని అర్థం చేసుకోవచ్చు. పి.ఆర్. వృత్తి వివిధ రంగాలలో పెరగడంతో పాటు పి.ఆర్.
పకరించే మాధ్యమాలలో కూడా చాలా మార్పులు వచ్చాయి. ఆ రోజుల్లో సినిమా అం
ప్ప మాధ్యమం అనుకునే వాళ్ళం. ఇప్పుడు టీవీ, వీడియోలతో పాటు కంప్యూట
ఇంటర్నెట్, ఇ.మెయిల్, ఫ్యాక్స్, టెలికాన్ఫరెన్స్ వంటి సదుపాయాలెన్నో అందివచ్చాయి.
సమాచార విప్లవంతో ప్రజాసంబంధాల ప్రాముఖ్యం మరింత పెరిగింది.

సరికొత్త భావనలు, విధానాల కారణంగా ప్రజాసంబంధాల పాత్ర గణనీయం
రుగుతోంది. పాత్రతో పాటే పోటీకూడా పెరిగింది. సమాచార హక్కు, జవాబుదారీతన
ారదర్శకత, ప్రజాసమస్యలపట్ల స్పందించడం వంటి అంశాలు రంగంమీదకు రావటం
ప్రజలకు సమాధానం ఇచ్చే బాధ్యత సంస్థల పి.ఆర్.ఓ.లకు పెరిగింది.

నా అంచనా ప్రచారం మన దేశంలో ఐదువేల కోట్ల రూపాయల బడ్జెట్‌తో కూడిన వృ
పి.ఆర్. లక్షమంది ఉద్యోగులు ప్రజలకు సమాచారం చేరవేయటంలో నిమగ్నమై ఉన్నార
మన దేశంలోని పి.ఆర్.ఓలు వృత్తిపరంగా ప్రపంచంలోని ఏ ఇతర పి.ఆర్.ఓలకు తీసిపోర

అయితే ప్రజాసంబంధాల రంగం రాసి పరంగా పెరిగినా వాసి పరంగా పెరగాల్సింది ఎంతో ఉంది. ప్రజాసంబంధాలనేవి టూవే కమ్యూనికేషన్. కానీ ఇప్పటివరకూ వన్ వే కమ్యూనికేషన్‌గానే కొనసాగుతోంది. ఫీడ్‌బ్యాక్‌కు అంతగా ప్రాధాన్యం ఇవ్వటంలేదు. కానీ 21వ శతాబ్దం ప్రజాభిప్రాయానికి ప్రాముఖ్యం ఉండే శతాబ్దం కానుంది. ఈ దృష్ట్యా భవిష్యత్తులో పి.ఆర్. అనేది టూ వే కమ్యూనికేషన్‌గా మారనుంది. సమాచార ఆదాన ప్రదానాలు పెద్ద ఎత్తున జరగనున్నాయి. వచ్చే శతాబ్దిలో పి.ఆర్.వ్యవస్థ మరింత క్రియాశీల పాత్ర నిర్వహించబోతోంది. పి.ఆర్.కు బంగారు భవిష్యత్తు కూడా అందిరానున్నది. ముమ్ముందు సంస్థలోని అన్ని వ్యవస్థలకు సహాయకారిగా పి.ఆర్. నిలవనున్నది. మార్కెటింగ్, హెచ్.ఆర్.డి., ఉత్పత్తి, పాలనా నిర్వహణ, ఫైనాన్స్ ఇలా అన్ని శాఖలకూ పి.ఆర్. ఊతం అవుతుంది. అలాగే మారుతున్న అవసరాలకు అనుగుణంగా పి.ఆర్. వృత్తివిద్య, శిక్షణ కార్యక్రమాలు, పరిశోధన పద్ధతులు కూడా మారి ఈ వృత్తికి మంచి గుర్తింపు లభించనున్నది. ఒక సంస్థ కార్యకలాపాలు అన్నింటికి పి.ఆర్. కేంద్ర బిందువు అవుతుంది. సంస్థ ఒకే గొంతుతో మాట్లాడుతుంది. ప్రజాసమాచార ప్రాముఖ్యం పెరిగింది. ఇన్ఫర్మేషన్ టెక్నాలజీ కూడా అందివచ్చింది. ప్రపంచమే కుగ్రామంగా మారిపోయింది. ఈ పరిణామాలన్నీ కూడా పి.ఆర్.ప్రాముఖ్యాన్ని ఇనుమడించనున్నాయి.

యాజమాన్యాల స్థాయిలో పి.ఆర్.కు బాగా నైపుణ్యం ఉన్న వృత్తిగా ఇంకా గుర్తింపు రాకపోవటానికి కారణం ఏమిటి? పి.ఆర్.ఓ లంటే రైలు, విమానాల టిక్కెట్లు, హోటల్ గదులను బుక్ చేసేవారిగానే పరిగణించటం వలన జరుగుతున్న నష్టాలేమిటి?

పి.ఆర్.ఓ.ల చేత టిక్కెట్లు తెప్పించటం అనేది ఒకప్పటి మాట. ఇది క్రమంగా తెరమరుగవుతోంది. పి.ఆర్.ఓ.కు వృత్తిపరమైన నైపుణ్యం కొరవడిన చోట యాజమాన్యం ఆ వ్యక్తిని ఇతరత్రా పనులకు ఉపయోగించుకుంటోంది. నేను ఆర్టీసీలో పనిచేసే రోజుల్లో విమానాశ్రయానికి వెళ్ళి డెలిగేట్‌కు స్వాగతం పలకవలసిందిగా ఎం.డి. కోరారు. అది మా డ్యూటీకాదని సున్నితంగా తిరస్కరించాను.

యాజమాన్యాల్లో పి.ఆర్. గురించి సరైన అవగాహన లేకపోవటంవలన ఈ వృత్తికి రావలసినంత గుర్తింపు రానిమాట నిజం. పి.ఆర్.ఓ.లలో వృత్తిపరమైన నైపుణ్యం లేకపోవటం వలన యాజమాన్యాలు పి.ఆర్.ఓ.ను సమర్ధవంతంగా ఉపయోగించుకోలేకపోతున్నాయి. కొన్ని సమస్యల పరిష్కారంలో పి.ఆర్. విభాగాలు చురుకైన పాత్ర నిర్వర్తించి తగిన ఫలితాలను చూపటంద్వారా మంచి గుర్తింపునకు రాగలిగాయి.

ఇక్కడ నా అనుభవాన్ని చెప్తాను. నేను హైదరాబాద్ మునిసిపల్ కార్పొరేషన్‌లో పనిచేస్తున్న రోజులవి. 1975లో రోజుకు 200 మంది ప్రజలు కుక్కకాట్లకు గురయ్యేవారు. మేం చేపట్టిన ప్రచార కార్యక్రమం ఫలితంగా ఈ సంఖ్య 64కు తగ్గింది. అదేవిధంగా ప్రజల అవగాహన పెరిగింది. ఆరువేలమంది తమ కుక్కలకు లైసెన్సులు తీసుకుని యాంటి రాబిస్ వ్యాక్సిన్ ఇప్పించారు. ఇలాంటి ఫలితాలను రాబడితే పి.ఆర్.కు మంచి గుర్తింపు లభిస్తుంది.

ప్రజాసంబంధాలను పెంచి పోషించడంలో వ్యక్తిగతంగా మీరు అనుసరిస్తున్న పద్ధతులు

ఏమిటి?

సానుకూల వైఖరితో ఇతరులకు సహాయకారిగా ఉండటం అనేది మొదటి అం
ఎదుటివారిని అర్థం చేసుకోవాలి. దుష్టుడు అని తెలితే దూరంగా ఉండాలి. మనం ఇతరు
తరచూ విమర్శిస్తూంటాం. అనవసరంగా విమర్శించటాన్ని తగ్గించుకోవాలి. నేను ఫర్టిలై
కార్పొరేషన్‌లో పనిచేసినప్పుడు అక్కడ అన్నీ గ్రూపులే. నేను మాత్రం ఏ గ్రూపులోనూ చేరల
కార్పొరేషన్ నుంచి బదిలీ అయివస్తున్నప్పుడు వీడ్కోలు సభ ఏర్పాటు చేశారు. 'ఈయ
గ్రూప్ మనిషీ కారు' అంటూ అందరూ కితాబు ఇచ్చారు. పి.ఆర్. వృత్తిలో ఉన్నవారు
సంస్థలోని వాతావరణాన్ని సక్రమంగా అర్థం చేసుకోవాలి. వ్యక్తుల్ని, గ్రూప్‌లను అ
చేసుకోకుంటే పి.ఆర్.ఓ విఫలమైనట్లే. పనిచేయని వారిని వదిలేయాలి. పనిచేయకు
పుల్లలు పెట్టేవారిని నిలువరించాలి. పనిచేసే శక్తిగలవారిని తగు రీతిలో ప్రోత్సహించాలి.
వ్యవహార సరళి నా వృత్తిలో ఉపకరించింది.

పి.ఆర్. వాయిస్ త్రైమాసిక స్థాపనలోని ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు ఏమిటి?

ఒక వృత్తి పెరుగుతుంటే ఆ వృత్తి పెరుగుదల అనేది సంబంధిత పత్రికల్లో కనిపిస్తు
ఒక వృత్తి పెరుగుతుంటే తదనుగుణంగా ఆ వృత్తికి సంబంధించిన పత్రికలు ఉండ
నేను పి.ఆర్..ఎస్.ఐ. అధ్యక్షుడిగా పనిచేసిన రోజుల్లో (1986-87) పి.ఆర్. మ్యాగజీన్
చక్కగా నిర్వహించాను. రెండేళ్ళపాటు ఈ పత్రిక బాగా నడిచింది. ఆ తర్వాత అది పి.ఆ
న్యూస్ లెటర్‌గా మారింది. అమెరికా, ఇంగ్లండ్‌లలో పి.ఆర్. సంస్థలు పత్రిక
ప్రచురించటాన్ని గమనించాను. ఈ పత్రిక అవసరాన్ని గుర్తించి నేను పి.ఆర్.వాయిస్ పే
పత్రికను ప్రారంభించాను. వ్యాసాలు, వార్తలు, వాణిజ్య ప్రకటనలను పంపవలసింది
మిత్రులకు ఉత్తరాలు రాశాను. అయితే ఎవరినుంచీ పెద్దగా ప్రతిస్పందన రాలేదు. పత్రిక
నిర్వహించగలనా అని ఓ దశలో భయాందోళనలు తలెత్తాయి. అప్పుడు జ్యోతిబసు జీవితచరి
చదవటం తటస్థించింది. అది నన్ను ప్రభావితం చేసింది. 64వ ఏట ఆయన ముఖ్యమం
కాగలిగారు. ఈ విషయం నాకు కొండంత ధైర్యం ఇచ్చింది. ఎవరైనా విజయం సాధించాలం
తీవ్ర వ్యతిరేక పరిస్థితులు కావాలి. ఇంకా విజయం సాధించాలంటే దీటైన శత్రువు కావా
అని బసు అన్నారు. ఈ అభిప్రాయం కలిగాక నాలో కొత్త ఉత్సాహం నెలకొంది. అనుకో
వారినుంచి పత్రికకు సహకారం, అండదండలు లభించటం నాకు ఆనందాన్నిచ్చింది. పి.ఆ
వృత్తి నైపుణ్యాన్ని పెంపొందించటానికి పి.ఆర్.వాయిస్ ఉపకరిస్తోంది. రిటైరయ్యాక కూ
మ్యాగజీన్ కారణంగా బిజీగా ఉండగలుగుతున్నాను. ఉద్యోగం చేసే రోజులకంటే ఎక్కువ
శ్రమిస్తున్నాను. పి.ఆర్.వాయిస్‌కు ఆస్ట్రేలియాలో బాగా గుర్తింపు వచ్చింది. ఇలాంటి మ్యాగజీ
ఆసియాలోనే ప్రథమం. ఆసియాకే ఈ పత్రిక మార్గదర్శి అని ఆస్ట్రేలియా వాళ్ళు ప్రశంసించార

పి.ఆర్.వృత్తితత్వాన్ని పెంపొందించటంలో పి.ఆర్.ఎస్.ఐ. నిర్వర్తిస్తున్న పాత్ర ఏమిటి

ఒక వృత్తి పెరుగుదలను కొలవటానికి కొన్ని కొలబద్దలు ఉన్నాయి. అవి- వృత్తిపరమై
విద్య, వృత్తిసాహిత్యం, వృత్తికి సంబంధించిన నైతిక నియమావళి, వృత్తిపరమైన సంఘ
మన దేశంలో 1958లో పి.ఆర్.ఎస్.ఐ. వృత్తి సంఘంగా ప్రారంభమైంది. కానీ అమెరిక

బ్రిటన్‌లలోని సంఘాలతో పోల్చిచూస్తే మన పి.ఆర్.ఎస్.ఐ. పాత్ర చాలా తక్కువ. ఆ దేశాల్లో వృత్తిపర సంఘాలకు సొంత భవనాలు, ఆఫీసులు, సిబ్బంది, బడ్జెట్ ఉన్నాయి. మన పి.ఆర్.ఎస్.ఐ ఇప్పటివరకూ అఖిలభారత స్థాయిలో 22 సదస్సులను నిర్వహించింది. 1982లో ప్రపంచ పి.ఆర్. సదస్సును ముంబాయిలో నిర్వహించింది. 1998లో ఆసియా పసిఫిక్ పి.ఆర్. సదస్సును కలకత్తాలో నిర్వహించింది. మరోపక్క పి.ఆర్.ఎస్.ఐ. ప్రాంతీయ శాఖలు ప్రాంతీయ స్థాయిలో సదస్సులు, వర్క్‌షాపులు నిర్వహిస్తున్నాయి. ప్రతిఏటా పి.ఆర్. దినోత్సవాన్ని నిర్వహిస్తున్నారు. పి.ఆర్.వ్యవస్థను వృత్తిగా పెంపొందించటానికి ఈ కార్యక్రమాలు దోహదం చేస్తున్నాయి.

విదేశీ సంఘాలను ఆదర్శంగా తీసుకుని మన దేశంలో కూడా పి.ఆర్.ఎస్.ఐ. శాశ్వత ఏర్పాట్లు చేసుకోవాలి. శాశ్వత భవనాలు, కార్యాలయాలు, సిబ్బందిని ఏర్పాటు చేసుకుని పుస్తకాలు, జర్నల్స్, శిక్షణ సదుపాయాలు కల్పించాలి. పి.ఆర్. వృత్తి శిక్షణకు తగు ఏర్పాటు చేయాలని నా సలహా.

మీరు రాష్ట్రప్రభుత్వ సమాచార, ప్రజాసంబంధాల శాఖ డైరెక్టర్‌గా పనిచేసినప్పుడు మీ సారథ్యంలో దిగ్విజయంగా చేపట్టిన పి.ఆర్. ప్రచారోద్యమం ఏమిటి? అలాగే విరుద్ధ ఫలితాలు ఇచ్చిన కార్యక్రమం ఏదైనా ఉందా?

సమాచార, ప్రజాసంబంధాల శాఖ డైరెక్టర్‌గా నా ప్రధాన దృష్టి ముఖ్యమంత్రి మీద ఉండేది. రెండోది క్షేత్రస్థాయి విధులు. నా హయాంలో గిరిజన ప్రాంతాల అభివృద్ధిపై మల్టీమీడియా కాంపైన్ చేపట్టాను. కేవలం ప్రచారమే కాకుండా ఆరోగ్యశాఖ తదితర శాఖలవారి సహకారంతో ఆరోగ్య శిబిరాలు నిర్వహించాం. మా ఈ ఉద్యమానికి రేడియో కూడా బాగా సహకరించింది. ఈ కార్యక్రమంలో ఫీడ్‌బ్యాక్‌కు ఎక్కువ ప్రాధాన్యం ఇచ్చాను. పదిహేను రోజుల కోసారి డివిజనల్ పి.ఆర్.ఒ., డి.పి.ఆర్.ఓ, రేడియో ఇంజినీర్ మొదలైనవారు ప్రజల స్పందనపై నివేదికలు పంపేవారు. వీటిని క్రోడీకరించి నెలకోసారి సమగ్ర నివేదికను ముఖ్యమంత్రికి, మంత్రులకు, కార్యదర్శులకు, ఇంటిలిజెన్స్ ఐ.జి.కి పంపేవాణ్ణి. మహిళా బహిర్భూమి పథకంలో ఫీడ్‌బ్యాక్ ప్రతికూలంగా వస్తే ఆ విషయాన్ని సి.ఎం. దృష్టికి తెచ్చాను. మహిళా బహిర్భూమి పథకం కింద మానవ విసర్జనలనుంచి బయోగ్యాస్ తయారు చేయాలని నిర్ణయించారు. మహిళల లెట్రిన్ల పథకం మంచిదేనని, అయితే విసర్జనలనుంచి గ్యాస్ తయారు చేయడం బాగాలేదని ప్రజలు అభిప్రాయపడ్డారు. నా హయాంలో ఎన్.టి.ఆర్. ఆదేశాలమేరకు తెలుగు వెలుగు మాసపత్రికను ప్రారంభించాను. ప్రజాసంబంధాల అధికారుల నైపుణ్యాన్ని పెంపొందిం చటానికి శిక్షణ ఏర్పాటు చేయించాం. తెలుగుగంగ పథకానికి మంచి ప్రచారం చేశాం. శాఖలో 40 మంది డివిజన్ పబ్లిక్ రిలేషన్స్ ఆఫీసర్లను రిక్రూట్ చేయటం జరిగింది. 'ప్రగతిపథం' అనే ప్రచార శకటాలను జిల్లాకొకటి చొప్పున ప్రవేశ పెట్టాం. కడప, వరంగల్ జిల్లాల్లో దృశ్య శకటాలను ప్రారంభించాం.

ఇక ఫలితాలను మదింపు చేసే శాస్త్రీయ విధానమే లేదు. ఏకోన్ముఖంగా కార్యక్రమాలు నిర్వర్తిం చడమే తప్పించి, ఆ కార్యక్రమాల ప్రభావాన్ని విశ్లేషించే యంత్రాంగం లేదు.

ఎన్.టి.ఆర్. సహా అనేకమంది సినీతారలు రాజకీయరంగ ప్రవేశం చేస్తున్నారు. ఆ నాయకుల వ్యక్తిగత గ్లామర్ సందేశ వ్యాప్తికి ఏమేరకు ఉపకరిస్తుంది?

ఎన్.టి.ఆర్ ఏ పార్టీలోనూ, ఏ స్వచ్ఛంద సంస్థలోనూ పనిచేయకుండా నేర సినిమారంగంనుంచి రాజకీయాల్లోకి వచ్చారు. రాష్ట్రంలో వరదలు, కరువులు వంటి ప్ర వైపరీత్యాలు సంభవించినప్పుడు సహాయనిధి సేకరణలో మాత్రమే ఆయన పాల్గొన్నా అలాంటి ఎన్.టి.ఆర్. పార్టీని స్థాపించిన తొమ్మిది నెలల కాలంలో మూడింట రెండు వం మెజారిటీతో అధికారంలోకి రాగలిగారు. ఎన్.టి.ఆర్.కున్న సినిమా గ్లామర్, సినిమాల్లో అం పోషించిన పాత్రల ప్రభావం వలనే రాజకీయంగా ఆయన అఖండ విజయం సాధించా అనుకుంటున్నాను. ఎన్.టి.ఆర్.కు ఉన్న గ్లామర్ ప్రజల్లోకి వెళ్ళటానికి దోహదపడి అధికారంలోకి వచ్చాక ఆ గ్లామర్ ప్రభావం సేవా కార్యక్రమాలతో ఆధారపడి ఉంటుం

సినీనటుడికి ఎంత గ్లామర్ ఉన్నప్పటికీ, అధికారంలోకి వచ్చాక ప్రజాసేవా కార్యక్రమా అభివృద్ధి కార్యక్రమాలు చేపట్టకపోతే ఆ గ్లామర్ దేనికీ ఉపకరించదు. ఇప్పుడు పలు రాజకీ పార్టీలు ఎన్నికల ప్రచార సభలకు సినిమా తారలను ఉపయోగించుకుంటున్నాయి. ప్రజ బహిరంగ సభలకు ఆకర్షించడానికి మాత్రమే సినిమాతారల గ్లామర్ ఉపకరిస్తో సినిమాతారల గ్లామర్‌తో ఓట్లు పడతాయనుకోవటం భ్రమ. సినిమా గ్లామర్ అనేది రాజకీయ తాత్కాలికంగా ఉపయోగిస్తుంది. గ్లామర్‌తోపాటు ప్రజాసేవ కూడా కలగలిపినప్పుడే సినీతా రాజకీయాల్లో కలకాలం ఉండగలుగుతారు. వాగ్దానాలకు ఆచరణకు తేడా రావటంతో ఇ గ్లామర్ ఉన్న ఎన్.టి.ఆర్. కూడా ఓటమి చవిచూడాల్సి వచ్చింది. తెలంగాణలో ఎన్.టి. భలకు ఒక దశలో జనం రాలేదు. అప్పుడు సినిమా గ్లామర్ ఆయనకు అక్కరకు రాలే

ఎన్.టి.ఆర్., చంద్రబాబుల ప్రచార పద్ధతుల్లో మీరు గమనించిన తేడాలు ఏమి

చంద్రబాబుది సైంటిఫిక్, ప్రొఫెషనల్ ఎప్రోచ్. ఎన్.టి.ఆర్.ది సినిమా తరహా పబ్లిసి న్.టి.ఆర్.కు నిలువెత్తు ఫోటో కావాలి. ఆ ఫోటోలో తలపై ఒక్క తెల్ల వెంట్రుక కన్పించ హించేవారు కారు. ఇది సినిమా స్టయిల్. పాతబస్తీకి వెళితే ముస్లిం గెటప్‌లో ఎన్.టి. ప్రచారం చేసేవారు. ఎన్.టి.ఆర్. ప్రసంగిస్తుంటే ఆయన ఏం చెప్తున్నారన్న దానికంటే ఎ చెప్తున్నారన్నది (బాడీ లాంగ్వేజి) ప్రజలను విశేషంగా ఆకట్టుకునేది. ఎన్.టి.ఆర్. ప్రచారంలో వ్యక్తిగతంగా ప్రాజెక్ట్ కావటానికి ప్రాధాన్యం ఇచ్చేవారు. ఇందు తెలుగుసమాచారం పక్షపత్రికను ఉదాహరణగా తీసుకోవచ్చు. నిజానికి ఏ పత్రికలోనయి సంపాదకీయ పేజీ ప్రజాభిప్రాయాన్ని ప్రతిబింబించాలి. కానీ తెలుగుసమాచారం, ఇందు భిన్నంగా ఉండేది. సంపాదకీయ పేజీలో ఎడిటోరియల్ ఆయనపైనే ఉండేది. మిగ పేజీలో కూడా ముప్పాతిక భాగం ఎన్.టి.ఆర్. ఫోటోలు, ఎన్.టి.ఆర్. స్తోత్రపాఠాలు వుండే ప్రజల అభిప్రాయాలకు దర్పణం పట్టే లేఖలు ఉండేవేకావు. ఎన్.టి.ఆర్. తనను సిని హీరోలా ఈ పత్రికలో ప్రాజెక్ట్ చేసుకున్నారు.

కానీ చంద్రబాబుది సైంటిఫిక్ పబ్లిసిటీ. ఆయన ముఖ్యమంత్రి పదవిని చేపట్టకముం ఎన్.టి.ఆర్. అల్లుడిగా మాత్రమే తెలుసు. అలాంటిది ముఖ్యమంత్రి అయ్యాక నెలరోజు

రాష్ట్రంలోని సగంమంది ప్రజానీకానికి 'చంద్రబాబు మన రాష్ట్ర ముఖ్యమంత్రి' అన్న విషయం తెలిసిపోయింది. జన్మభూమి, ప్రజలవద్దకు పాలన వంటి కార్యక్రమాలు ఇందుకు ఉపకరించాయి. 1997 జనవరిలో మొదటిసారిగా ఎనిమిది రోజులపాటు జన్మభూమి కార్యక్రమాన్ని చంద్రబాబు చేపట్టారు. రేడియోద్వారా తన ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలను చెప్పటం ప్రారంభించారు. వారం రోజుల పాటు నిర్వహించిన ప్రజలవద్దకు పాలన కార్యక్రమానికి రాష్ట్ర సమాచార శాఖ కూడా మంచి పబ్లిసిటీ ఇచ్చింది. జన్మభూమి కార్యక్రమానికి సంబంధించిన 50 వేల క్యాసెట్లను గ్రామాల్లో ఉచితంగా పంపిణీ చేశారు. ఈ తొలిదశ జన్మభూమి కార్యక్రమంలో విద్యార్థుల సేవలను కూడా ఉపయోగించుకున్నారు. మూడు నాలుగు లక్షలమంది విద్యార్థులు ఈ కార్యక్రమంలో పాల్గొన్నారు. ప్రతి విద్యార్థి బృందానికి ఒక టీచర్‌ను నాయకుడిగా నియమించారు. స్థానిక అధికారికి ఏర్పాట్ల బాధ్యత అప్పగించారు. వీరు ప్రతి ఇంటికీ వెళ్ళి జన్మభూమి విషయాన్ని తెలియజెప్పి ప్రజల అభిప్రాయాలు తెలుసుకోవాలి. సుమారు ఏడు లక్షల మంది యాభైవేల నివాస సముదాయాలకు వెళ్ళి కొన్ని కార్యక్రమాలు నిర్వహించారు.

జనవరి 8వ తేదీనాడు ఈ 50 వేల సముదాయాల్లో మానవహారాలను ఏర్పరిచారు. చంద్రబాబు సెక్రటేరియట్ ముందు నిలబడి బహిరంగసభలో జన్మభూమి ప్రతిజ్ఞ చేయించారు. ఆయన ప్రతిజ్ఞ చేయిస్తుంటే రేడియో ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేసింది. ఊరూ వాడా రేడియో సెట్లు, మైకులు ఏర్పాటు చేశారు. హైదరాబాద్‌లో చంద్రబాబు ప్రతిజ్ఞ చేయిస్తుంటే ఏకకాలంలో రాష్ట్రంలోని కోటిమంది ప్రజానీకం రేడియో సెట్లద్వారా ఆ ప్రతిజ్ఞ విని తామూ ప్రతిజ్ఞ చేశారు. కోటిమంది ప్రజలతో ఇలా ప్రత్యక్ష కాంటాక్ట్ కలిగిన కార్యక్రమం దేశంలో ఇదే ప్రథమం. జన్మభూమి ప్రతిజ్ఞ చేసిన కోటిమంది తమ ఇళ్ళకు వెళ్ళి భార్యాపిల్లలకు ఆ విషయం చెప్పారు. నెలరోజుల్లోనే చంద్రబాబుగురించి రాష్ట్రంలోని మూడుకోట్లమంది ప్రజలకు తెలిసింది. ఓసారి మెదక్‌జిల్లాకు వెళ్ళినప్పుడు నాలుగోతరగతి చదువుతున్న ఓ బాలికను 'మన రాష్ట్ర ముఖ్యమంత్రి ఎవరు?' అని అడిగాను. ఆ బాలిక వెంటనే చంద్రబాబు అని సమాధానం ఇచ్చింది. నీకు ఈ విషయం ఎలా తెలిసింది అని అడిగితే తమ గ్రామంలో అంటించిన పెద్ద పోస్టర్ చూసి తెలుసుకున్నానని చెప్పింది. రేడియో, దూరదర్శన్‌లలో ప్రజలతో ముఖ్యమంత్రి కార్యక్రమంద్వారా కూడా చంద్రబాబు ప్రజలకు మరింత చేరువ అయ్యారు. ఎన్.టి.రామారావు రేడియో, టీవీలను పెద్దగా ఉపయోగించేవారు కారు. కేంద్ర ప్రభుత్వం కూడా అంతగా సహకరించ లేదు. ఒకవేళ టీవీలో పది నిమిషాలు ప్రసంగించాల్సి వస్తే టీవీ రికార్డింగ్‌కు ఎన్.టి.ఆర్.కు రెండు గంటల సమయం పట్టేది. కానీ చంద్రబాబు ఏవిధమైన మేకప్ లేకుండానే నేరుగా వెళ్ళి చకచకా టీవీ రికార్డింగ్ పూర్తి చేయగలుగుతున్నారు. చంద్రబాబు ప్రచారం విషయంలో శాస్త్రీయంగా వ్యవహరించటంవలనే ఇదంతా సాధ్యమయ్యింది. అయితే ఇక్కడే మరో విషయమూ చెప్పాలి. ఏ నాయకుడైనా కేవలం పబ్లిసిటీమీదనే మనుగడ సాగించలేడు. ప్రజాహిత కార్యక్రమాలకు ముందు స్థానం, పబ్లిసిటీకి ఆతర్వాత స్థానం ఇవ్వాలి. హిట్లర్ కాలంలో గోబెల్స్ ప్రచారమంత్రిగా ఉండేవారు. ప్రచారంతో కొన్నాళ్ళు బతికినా చివరకు ఆత్మహత్య చేసుకోవలసి వచ్చింది.

ప్రచారం పాలు శ్రుతిమించితే కలిగే దుష్పరిణామాలు ఏమిటి?

జన్మభూమి కార్యక్రమంద్వారా ప్రజల్లో ఆశలు ఎక్కువగా పెంపొందిస్తున్నారు. ఆకాంక్షలు తీర్చకుంటే అది ఎదురుదెబ్బ తీస్తుంది. పనులు ఏమేరకు జరుగుతు పబ్లిసిటీ కూడా ఆ పరిధికి లోబడే చేయాలి. పనులు తగ్గి, పబ్లిసిటీ పెరిగితే ప్రజలు హర్షి జన్మభూమి కారణంగా ముఖ్యంగా అధికారులు గ్రామాలకు వెళ్ళటం నేర్చుకుంటు ఇది ప్లస్‌పాయింట్. జన్మభూమికింద ఎంతోకొంత పనులు జరుగుతున్నాయి.

ప్రచారం పాలు ఎక్కువై పనులు జరక్కపోతే విరుద్ధ ఫలితాలు ఉంటాయన వితంతువుల పెన్షన్, రేషన్‌కార్డుల కేటాయింపు కార్యక్రమాలను ఉదాహరణగా చెప్ప వితంతువుల పెన్షన్‌లను ఒక్కో మండలంలో 15 నుంచి 20 వరకూ మంజూరు చే అంటే ప్రతి మండలానికీ కోటాను నిర్ణయించారు. అర్హత ఉన్నవాళ్ళు పెన్షన్‌కోసం దర చేస్తే, ఎవరేనా చనిపోతే నీకిస్తాం అని అధికారులు తిప్పిపంపారు. అలాగే రేషన్‌కార్డ్ అర్హతవుండి అడిగితే, అర్హులు కాని కార్డు హోల్డర్ పేరును చెప్పు, అతడి కార్డు రద నీకు కొత్తకార్డు మంజూరు చేస్తాం అన్నారు. ఇలాంటి వైఖరి ప్రజల్లో ప్రతికూల ప్ర కలిగిస్తుంది.

చంద్రబాబు ముఖ్యమంత్రి పదవి చేపట్టిన నాటినుంచి కొన్ని పత్రికలు, టీవీ ఛా ఆయన బాకాలుగా మారాయన్న విమర్శలు ఉన్నాయి. ఇది ఎంతవరకు నిజం?

పత్రికలు, టీవీ ఛానెల్స్‌లో చంద్రబాబుకు అనుకూలంగా ప్రచారం జరుగుతోంద వదంతి మాత్రమే. మన దేశంలో కొన్ని శక్తులు చేస్తున్న ప్రచారం ఇది. ఏ పత్రిక అం కేవలం ప్రభుత్వాన్ని స్తోత్రం చేసి బతకలేదు. లంచం తీసుకున్నవాడు ఎవ లొంగిపడుండాలి. రేణుకాచౌదరి, వై.ఎస్.రాజశేఖరరెడ్డి ముఖ్యమంత్రిపై ఎంత తీవ్ర ధ్వజమెత్తినా పత్రికలు ప్రచురిస్తూనే ఉన్నాయి. మరి అలాంటప్పుడు చంద్రబాబు పత్రిక కొనేశారనటంలో నిజం ఏముంది? మంచిపని చేసినప్పుడు దానిద్వారా గరిష్ట ప్రయో పొందాలన్నది పబ్లిసిటీలో ప్రథమ సూత్రం. ఆ పద్ధతిని చంద్రబాబు బాగా అమలు చేస్తున జనమాధ్యమాల్లో చంద్రబాబు గురించి వ్యతిరేకంగా ఏమీరాకపోతే అప్పుడు ప్రశ్నించ ఆర్టీసీకి ఐదు అవార్డులు వచ్చాయి. అలా వచ్చినప్పుడు సానుకూల ప్రచారం పొందట తప్పేముంది? హైటెక్ సిటీగురించి ఇండియాటుడే పత్రిక ప్రముఖంగా ప్రచురించింది పత్రికను చంద్రబాబు కొన్నారని అనగలమా? చంద్రబాబు చేపట్టిన కొన్ని మంచి పను పత్రికలు హర్షిస్తున్నాయి. మంచిని మరింత మంచి అని రాయగలరేమోకానీ చెడుని మ అని రాయటం సాధ్యంకాదు. డెక్కన్ క్రానికల్ వంటి పత్రిక సైతం జన్మభూమి విజయగా సీరియల్‌గా ప్రచురించింది. ఒక వ్యక్తి పత్రికలతో మంచి సంబంధాలు పెట్టుకుని ప్రజ ఉపకరించే సమాచారాన్ని పత్రికలకు ఇస్తే అవి తప్పక ప్రచురిస్తాయి. చంద్రబాబు ఈ పద్ధ అవలంబిస్తున్నారని అనుకుంటున్నా. చంద్రబాబు ప్రోయాక్టివ్. రియాక్టివ్ పి.ఆర్.కు అం అవకాశం ఇవ్వరు. అందుకే పత్రికలలో ఎక్కువ ప్రచారం వస్తోంది. నేను దేశ, విదేశా విశ్వవిద్యాలయాలకు వెళ్ళినప్పుడు చంద్రబాబు గురించి మాట్లాడవలసిందని కోరారు.

ఆస్ట్రేలియా పర్యటనలో జన్మభూమి కార్యక్రమం మీద ప్రసంగించమని కోరారు. చంద్ర బాబు అమలు చేసిన మానవహార కమ్యూనికేషన్ గురించి విని వారు ముగ్ధులయ్యారు.

ప్రభుత్వ ప్రజాసంబంధాల్లో ప్రభుత్వ కార్యక్రమాలకంటే ప్రభుత్వాధినేతకు ఎక్కువ ఫోకస్ ఇస్తున్నారు. ఈ ఫోకస్ ప్రచారోద్యమంపై చూపే ప్రభావం ఏమిటి?

ప్రభుత్వ ప్రచార కార్యక్రమాల్లో ప్రభుత్వాధినేతను ఎక్కువగా ఫోకస్ చేసి చూపుతున్న మాట వాస్తవమే. ఇది దురదృష్టకరం. రాజకీయంగా ముఖ్యమంత్రి, ప్రధానమంత్రి ఎంత బలహీనంగా ఉంటే అంత ఎక్కువగా వారు వ్యక్తిగత ప్రచారం కోరుకుంటారు. రాజకీయంగా బలహీనంగా లేని జ్యోతిబసు ఎన్నడూ వ్యక్తిగత ప్రచారానికి, ఫొటోలకు ప్రాధాన్యం ఇవ్వలేదు. ఒకసారి ఎగ్జిబిషన్ నిర్వహిస్తే జ్యోతిబసు ఫొటో ఒక్కటే ఉంచారు. తమ కార్యక్రమాలకు బసు ప్రాధాన్యం ఇచ్చేవారు. రాజకీయంగా బలహీనపడిన ఇందిరాగాంధీ వ్యక్తిగత ప్రచారాన్ని కోరుకున్నారు. అయితే ఈ విషయంలో నాయకుల వాదన భిన్నంగా ఉంది. మేం ప్రజల మనుషులం, మమ్మల్ని ప్రజలు ఎన్నుకున్నారు కనుక ప్రచారంలో తమకు పెద్దపీట వేయటం సముచితం అన్నది వీరి వాదన. వ్యక్తులకే ప్రాధాన్యం ఇచ్చి చేసే ప్రచారంవల్ల ప్రజలనుంచి వ్యతిరేకత వస్తుంది. వ్యక్తికంటే, ఆ ప్రభుత్వ విధానాలకు ఎక్కువ ప్రాధాన్యం ఇవ్వాలి.

1999 అసెంబ్లీ ఎన్నికల్లో చంద్రబాబు సారథ్యంలోని తెలుగుదేశం పార్టీ విజయానికి బాట వేసిన కారణాలేమిటి?

1999 అసెంబ్లీ ఎన్నికల్లో తెలుగుదేశం పార్టీకి గతంతో పోల్చిచూస్తే సీట్లు తగ్గాయి. గతంలో ఎన్.టి.ఆర్. గ్లామర్‌తో తెలుగుదేశం ఎన్నికల్లో గెలవగా 1999లో చంద్రబాబు పేరుతో సీట్లు వచ్చాయి. 1994కు 99కి పోల్చిచూస్తే తెలుగుదేశం సీట్లు తగ్గాయి. కాంగ్రెస్ సీట్లు పెరిగాయి. చంద్రబాబు విజయానికి దోహదపడిన అంశాలు అనేకం ఉన్నాయి. ఒకటి బిజెపితో సీట్ల సర్దుబాటు... దీంతో పాటు చంద్రబాబు చేపట్టిన నిర్మాణాత్మక కార్యక్రమాలు, దీపం, ఆదరణ, జన్మభూమి వంటి ప్రజాకర్షక పథకాలు, ప్రచార కార్యక్రమాలు విజయానికి దోహదపడ్డాయి. ముఖ్యంగా జన్మభూమి ప్రచార కార్యక్రమం, ముఖ్యమంత్రితో ముఖాముఖి బాగా ఉపక రించాయి.

ప్రజాభిప్రాయానికి వ్యతిరేకంగా ఉన్న ప్రభుత్వ ఎజండాకు సంబంధించి ప్రచారోద్యమాన్ని నిర్వహించడంలోని ఇబ్బందులు ఏమిటి?

ఏ సమాచారశాఖ అయినా ప్రజాభిప్రాయానికి వ్యతిరేకంగా ఉన్న విధానాన్ని ప్రచారం చేసినా పొందే ఫలితం మాత్రం శూన్యం. ప్రజాభిప్రాయానికి విరుద్ధంగా ప్రభుత్వం నిర్ణయం తీసుకుంటే సమాచారశాఖ అధికారులు ధైర్యంగా ఆ విషయాన్ని ప్రభుత్వం ముందుంచాలి. మీ విధానాలను సరిదిద్దుకోవలసిందని సలహా ఇవ్వాలి. ఏ పి.ఆర్. వ్యవస్థ అయినా మంచినే పెంపొందించాలి. చెడును పెంచితే ప్రయోజనం లేదు.

మీరు ఎన్.టి.ఆర్. సహా నలుగురు ముఖ్యమంత్రుల పనితీరును చూశారు. వీరి వ్యవహార సరళి ఎలా ఉండేది?

ఎవరి సరళి వారిదే. పోల్చడం కష్టం. మంచిదికూడా కాదు. ఎన్.టి.ఆర్. ప్రెస్ కాన్ఫరెన్స్

ఓ మీటింగ్‌లా జరిగేది. జలగం వెంగళరావు విలేకరులతో తక్కువ మాట్లాడేవారు. ఆ తక్కు
మాటల్లోనే పత్రికలకు పనికొచ్చే విషయాలు ఎక్కువ వుండేవి. చెన్నారెడ్డి తెలివిగలవా
పత్రికలవారికి చక్కగా సమాధానాలు ఇచ్చేవారు. అయితే ఆయనకు ఉన్న అహంకా
వ్యతిరేక ప్రచారానికి దారి తీసింది. విలేకరుల సమావేశాలను ఆయన ధాటిగా ఎదుర్కొనేవా
ప్రజాసంబంధాల అధికారి మంత్రివర్గ సమావేశాలకు హాజరు కావటానికి అనుమతి ఇచ్చి
తొలి ముఖ్యమంత్రి చెన్నారెడ్డి. పి.ఆర్.కు మంచి గుర్తింపు ఇచ్చేవారు. ఏ సబ్జెక్ట్ మీదనయి
అనర్గళంగా మాట్లాడగల దిట్ట చెన్నారెడ్డి. భవనం వెంకట్రామ్ విలేకరుల సమావేశాల
బాగా పొడిగించేవారు. విలేకరుల సమావేశాల్లో విషయాలను సూటిగా చెప్పాలి. ఆఫ్ ది రిక
అంటూ భవనం కొన్ని విషయాలను చెప్పేవారు. పత్రికలవాళ్ళు వేరే విధంగా రాసేవారు

వరదలు, కరువులు వంటి ప్రకృతి వైపరీత్యాలు సంభవించినప్పుడు సంక్షోభ నివారణ పి.ఆర్. నిర్వర్తించే పాత్ర ఏమిటి?

సంక్షోభ పరిస్థితుల్లో పి.ఆర్. వ్యవస్థ ప్రాముఖ్యం బాగా పెరుగుతుంది. ప్రభుత్వం, ప్రజ
కూడా ఇటువంటి పరిస్థితుల్లో పి.ఆర్. పాత్రను గుర్తిస్తారు. సంక్షోభ సమయాల్లో అప్రమత్తం
వ్యవహరించాలి. ఇలాంటప్పుడు మూడు రకాల సేవలను అందించవచ్చు. సంక్షోభా
ముందు తీసుకోవలసిన జాగ్రత్తలపై ప్రజలను అప్రమత్తం చేయాలి. సంక్షోభం వచ్చాక సహా
కార్యక్రమాల అమలులో ప్రభుత్వ కృషిని ప్రజలకు వివరించాలి. సంక్షోభ సమయా
ప్రాణనష్టం, ఆస్తినష్టం వంటి సమాచారాన్ని, సహాయ కార్యక్రమాలను సత్వ
చేరవేయగలగాలి. ఇలాంటప్పుడు పి.ఆర్.ఓలు రేయింబవళ్ళు పాటుపడాలి. సంక్షో
సమసిపోయాక కూడా అనుభవాలను మదింపు చేసుకుని భవిష్యత్తులో సంక్షోభా
తలెత్తినప్పుడు ఎలా ఉపయోగించుకోవాలో సూచిస్తూ నివేదిక సిద్ధం చేసుకోవాలి.

1977లో దివిసీమ తుపాను సంభవించినప్పుడు అప్పటి రాష్ట్ర ముఖ్యమంత్రి ఢిల్లీ
ఉన్నారు. అప్పట్లో అంతపెద్ద ఉప్పెన వస్తుందని ఎవరూ ఊహించలేదు. దాంతో ప్రజల
సమాచార వ్యవస్థ ద్వారా అప్రమత్తం చేయలేకపోయారు. భారీ సంఖ్యలో ప్రజ
మరణించారు. ఉప్పెన సమయంలో జలగం ఢిల్లీకి వెళ్ళి కూచున్నాడని అందర
విమర్శించారు. అయితే సహాయ చర్యలను బాగా అమలు చేయటంతో ఆ తర్వాత జలగాని
మంచి పేరు వచ్చింది. నేను ఆ సమయంలో ముఖ్యమంత్రి పి.ఆర్.ఓ.గా పనిచేశాను.

ప్రభుత్వం రూపొందించే ప్రజాసంక్షేమ పథకాలు ప్రభుత్వ ఉద్యోగుల అలసత్వం వల విఫలమయ్యే పరిస్థితుల్లో పి.ఆర్.శాఖ నిర్వర్తించాల్సిన పాత్ర ఏమిటి?

ఎన్నో పథకాలను ప్రవేశపెట్టినా వాటిని అమలుచేసే సిబ్బందిని మోటివేట్ చేయ
ప్రభుత్వ యంత్రాంగానికి జవాబుదారీతనం తక్కువ. రాష్ట్రప్రభుత్వం తన ఉద్యోగుల
ప్రభావితం చేయటానికి శిక్షణ కార్యక్రమాలు నిర్వహించాలి. ప్రజలను ప్రభావితం చేయాలం
ముందుగా ఉద్యోగులను ప్రభావితం చేయటం అవసరం. ఏ కార్యక్రమం విజయవంత
కావాలన్నా ఉద్యోగుల అంకితభావం ముఖ్యం. ఆ పథకాలకు ఆచరణ రూపం ఇవ్వాల్సిం
వారే.

వ్యక్తిగత చికాకులు పి.ఆర్. వృత్తిపై ప్రసరించకుండా ఉండాలంటే తీసుకోవలసిన జాగ్రత్తలు ఏమిటి?

అమెరికాలో ఒక రైలు డ్రైవర్ భార్యతో పోట్లాడి డ్యూటీకి వచ్చి రైలును ప్రమాదానికి గురిచేశాడు. ఇంటి చికాకులు ఒక్కోసారి ఆఫీసు విధులపై ప్రభావం చూపే అవకాశాలు ఉన్నాయి. ముఖ్యంగా పని ఒత్తిడులు, స్ట్రెస్ మేనేజ్‌మెంట్‌పై సరైన అవగాహన కలిగి ఉండాలి. యాజమాన్యాలు శిక్షణ తరగతులు కూడా నిర్వహించాలి. ఉద్యోగస్తులకు ఆఫీసు మాన్యువల్ తయారుచేయాలి. డూస్ అండ్ డోంట్స్ ఏమిటి? ఎన్నిరోజుల ముందుగా ఈ పని ప్రారంభించాలి అన్న ఆలోచనతో అడుగిడితే పనులు సాఫీగా సాగుతాయి.

జర్నలిస్టులతో సత్సంబంధాలను పెంచి పోషించటానికి పి.ఆర్.ఓలు ఆచరించాల్సిన మెలకువలు, అనుసరించాల్సిన వ్యూహాలు ఏమిటి?

నేను సిగరెట్ తాగను. మద్యం తీసుకోను. పార్టీలకు వెళ్ళను. పత్రికలవాళ్ళతో నిరంతరం సత్సంబంధాలు కలిగి ఉన్నాను. ఏవైనా రెండు పత్రికల మధ్య విభేదాలు ఉండవచ్చు. కానీ ఆ రెండు పత్రికలు నాకు సమానమే. పత్రికలవాళ్ళకు కావల్సింది ప్రచురణ అర్హతగల మెటీరియల్. పాఠకులను దృష్టిలో పెట్టుకుని పాలసీని దృష్టిలో పెట్టుకుని ఎటువంటి పైరవీ లేకుండా పత్రికలవారు వార్తలను ప్రచురిస్తారు. ప్రజల్లో సంస్థ పట్ల వ్యతిరేకత వుంటే దాన్ని యాజమాన్యం దృష్టికి తేవాలి. నేను ఆర్టీసీలో పనిచేస్తున్నప్పుడు కండక్టర్ల పట్ల తనిఖీ సిబ్బంది ప్రవర్తన నా దృష్టికి వచ్చింది. కండక్టర్లతో చెకింగ్ స్క్వాడ్ అవమానకరంగా వ్యవహరిస్తున్నారని ఫిర్యాదులు వచ్చాయి. వెంటనే ఈ విషయంలో చెకింగ్ స్క్వాడ్‌కు తగు మార్గదర్శక సూత్రాలతో సర్క్యులర్ జారీ చేయించాను.

తగినంత పూర్వరంగ సమాచారాన్ని, ఫోటోలను పి.ఆర్.ఓ. భద్రపరచి ఉంచుకోవాలి. నేను ఆర్టీసీలో చేరినప్పుడు ఒక్క బస్సు ఫోటో వుండేది కాదు. ఏది అడిగినా లేదనేవారు. సంక్షోభ సమయాల్లో పత్రికలవారు పి.ఆర్.ఓ.ల దగ్గరకు వస్తారు. ఆ సమయంలో సహాయకారిగా ఉంటే జీవితాంతం వాళ్ళు మీతో మంచిగా మెలుగుతారు. కొత్త సంవత్సరం వంటి సందర్భాలను పురస్కరించుకుని వాడకానికి పనికివచ్చే డైరీలు, కాలెండర్లు వంటివి విలేకరులకు అందచేయటం ద్వారా ప్రతిరోజూ సంస్థను గుర్తుచేసిన వారం అవుతాం. ఎప్పుడైనా అవసరం పడినప్పుడు విలేకరులు సద్భావంతో వ్యవహరిస్తారు.

పాఠకులను దృష్టిలో పెట్టుకుని పి.ఆర్.ఓ.లు మెలగాలి. న్యూస్ వాల్యూలేని పత్రికా ప్రకటనలను ప్రచురించటానికి ఏ పత్రికా సిద్ధపడదు. నేను సెక్రటేరియట్ బీట్‌లో ఉన్న విలేకరులకు 12 గంటలకల్లా ప్రెస్ నోట్ అందజేసేవాణ్ణి. మర్నాడు హిందూలో 99 శాతం మేర యధాతథంగా ప్రచురించేవారు. దాంతో నా విలువ కూడా పెరిగింది. హిందూలో నా పత్రికా ప్రకటనలు వచ్చే తీరు చూసి మెరుగుపరచుకునే వాణ్ణి.

పి.ఆర్. కోర్సులు వృత్తిపరమైన అవసరాలకు దీటుగా ఉన్నాయా?

మన దేశంలోని యూనివర్శిటీల్లో జర్నలిజం కోర్సులో భాగంగానే పి.ఆర్.ను ఒక పేపర్‌గా బోధిస్తున్నారు. జర్నలిజం కోర్సులనేవి కలగూరగంప కోర్సులుగా మారాయి. జర్నలిజంలో

కమ్యూనికేషన్, ఎడ్వర్‌టైజింగ్, రేడియో, టీవీ, ఫిల్మ్, పి.ఆర్.లను బోధిస్తున్నారు. ప్రిం జర్నలిజానికి ప్రాధాన్యం ఇస్తున్నందున పత్రికా రచనకు ఈ కోర్సులు ఉపయోగంగా ఉన్నాయి ఎడ్వర్‌టైజింగ్, పి.ఆర్, రేడియో, టీవీల అవసరాలకు సరిపోవటంలేదు. ఇతర దేశాల పి.ఆర్.కు ప్రత్యేక కోర్సులున్నాయి. బి.ఎ (పి.ఆర్), ఎమ్మెసి (పి.ఆర్), ఎం.ఎ (పి.ఆర్) వం కోర్సులుండగా మన దేశంలో ఒక సబ్జెక్ట్‌గానే మిగిలిపోయింది. పి.ఆర్. వృత్తివిద్యపై కోర విషయంలో నేను లోగడ చొరవ తీసుకున్నాను. ఫలితంగా యు.జి.సి ఓ కమిటీని ఏర్పా చేసి మార్గదర్శక సూత్రాలు జారీచేసింది. మెట్రోపాలిటన్ వర్శిటీల్లో బి.ఎ (పి.ఆర్), ఎం. (పి.ఆర్) కోర్సులు ప్రవేశపెట్టాలని సిఫారసు చేసింది. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం బి.పి.ఆర్.కోర్సు, మదురై కామరాజ్ యూనివర్శిటీలో ఎం.ఎ (పి.ఆర్, ఎడ్వర్‌టైజింగ్)కోర అన్నామలై యూనివర్శిటీలో పి.ఆర్‌లో డిప్లమా కోర్సులు ఉన్నాయి. తిరుపతి మహి విశ్వవిద్యాలయంలో కూడా పి.ఆర్.లో డిప్లమా కోర్సు ఉంది. అయితే పి.ఆర్. సిల ఎవరికి వారే యమునాతీరే చందంగా ఉంది. సిలబస్‌లో ఏకరూపతను సాధించాల్సిన అవస ఉంది. యు.జి.సి. తగు చర్యలు తీసుకోవాలి.

గ్లోబలైజేషన్ కారణంగా పి.ఆర్.వృత్తి అవకాశాలు ఏమేరకు పెరుగుతాయి?

గ్లోబలైజేషన్ వలన విదేశీ కంపెనీలు, పెట్టుబడులు వచ్చాయి. తద్వారా విదేశీ కంపెనీ దేశీయ కంపెనీల మధ్య పోటీ పెరిగింది. దీన్ని ఎదుర్కొనే క్రమంలో పి.ఆర్.కు గుర్తిం పెరిగింది. ఉత్పత్తిని పెంచటంలో కంపెనీ ఉద్యోగులను, సంస్థ ఉత్పత్తులప వినియోగదారుల్లో సానుకూల స్పందనను ఏర్పరచవలసి వచ్చింది. విదేశీ కంపెనీలతో పా విదేశీ పి.ఆర్. ఏజెన్సీలు కూడా దేశంలో కాలిడి ఇక్కడున్న ఏజెన్సీలతో సంబంధాలను ఏర్పర కుంటున్నాయి. నూతన ఆర్థిక వ్యవస్థద్వారా అందివస్తున్న అవకాశాలను పి.ఆర్.వ్యవస్థ ఎంత ఉపయోగించుకోవాలో అంతగా ఉపయోగించుకోలేకపోయింది. ఎంత ఎదగగలదో అంత ఎదగలేకపోయింది. మున్ముందు మంచి అవకాశాలు అందిరానున్నాయి.

సంస్థల్లో జవాబుదారీతనం, పారదర్శకత పెరగటంతో సర్వీసు సమాచారానికి ప్రాధాన్య పెరుగుతోంది. కనుక పి.ఆర్. వ్యవస్థకు మంచి భవిష్యత్తు ఉంది. దీనికితోడు సమాచ హక్కు చట్టరూపంలో రాబోతోంది. ప్రతి కార్యాలయంలో పబ్లిక్ ఇన్ఫర్మేషన్ ఆఫీసర్ తప్ప ఉంటాడు. ఢిల్లీలో సిటిజన్ చార్టర్స్ అచ్చువేసి ప్రజలకు పంపిణీ చేస్తున్నారు. మా సేవ ఎలా ఉండనున్నాయి? నష్టం జరిగితే ఏం చేయాలి? అనే విషయాలను వివరిస్తున్నా ప్రతి కార్యాలయంలో ఫెసిలిటేషన్, ఇన్ఫర్మేషన్ కౌంటర్లు రాబోతున్నాయి. ఇవన్నీ చూ పి.ఆర్. రంగంలో ఎన్నో ఉద్యోగ అవకాశాలు ఏర్పడనున్నాయి. ఏ ఇతర వృత్తుల్లోనూ ఇ అవకాశాలు రావు. వచ్చే శతాబ్దిలో సమాచార రంగంలోని వారికి ఎక్కువ ఉద్యోగ అవకాశా అందిరానున్నాయని అమెరికన్ సర్వేలో కూడా తేలింది. ఇంటర్నెట్ పెరిగినకొద్దీ సమాచ రంగానికి ప్రాముఖ్యం పెరుగుతుంది. సమాచార రంగంతో పాటే ప్రజాసంబంధా ప్రాముఖ్యమూ ఇనుమడిస్తుంది.

అనేక ప్రభుత్వరంగ సంస్థలు దివాలా స్థితిలో ఉన్నాయి. ఇందులో ఆయా సంస్థల్లో

పి.ఆర్. విభాగాల పాత్ర ఏమేరకు ఉంది! పరిస్థితిని చక్కదిద్దటంలో పి.ఆర్. విఫలమైనట్లు పరిగణించవచ్చా?

ప్రభుత్వరంగ సంస్థలు పెరిగినంతగా ప్రభుత్వరంగ ప్రజాసంబంధాల వ్యవస్థ పెరగలేదు. ఈ రెంటి పెరుగుదల మధ్యలో చాలా అంతరం ఉంది. నూతన ఆర్థిక విధానం రావటంతో ప్రొటెక్టివ్ ఎకానమి (గుత్తాధిపత్యం) దెబ్బతిన్నది. ప్రభుత్వరంగ సంస్థల్లో ఈ పరిస్థితిని ఎదుర్కోగలిగిన సమర్థ ప్రజాసంబంధాల వ్యవస్థ లేకపోవటంతో ఈ సంస్థలకు ప్రజాసంబంధాలు తోడ్పడలేకపోయాయి. అటు యాజమాన్యాలు కూడా పి.ఆర్. ప్రాముఖ్యతను గుర్తించి ఉపయోగించుకోలేక పోయాయి. నూతన ఆర్థిక విధానంతో ప్రభుత్వరంగ సంస్థలు డైలమాలో పడ్డాయి.

ప్రభుత్వరంగ సంస్థలకు స్వయంప్రతిపత్తి ఉంది. ఈ సంస్థలకు టెక్నోక్రాట్స్‌ను సారధులుగా నియమించి, పి.ఆర్.వ్యవస్థను కూడా చక్కగా వినియోగించుకుంటే ప్రభుత్వరంగానికి దాని విలువ దానికి వుంటుంది. సామర్థ్యం, ఉత్పాదకత, లాభాలను పెంచటంలో ఉద్యోగుల పాత్ర చాలా ఉంది. ఇందులో పి.ఆర్. పాత్ర ఎంతో ఉంది. సమర్థవంతంగా పి.ఆర్. వ్యవహారలను రూపొందిస్తే పరిస్థితిని చక్కదిద్దవచ్చు. పోటీ వాతావరణాన్ని ఎదుర్కోవటంలో పి.ఆర్ ఉపయోగపడుతుంది.

బ్యాంకుల జాతీయకరణ తర్వాత ఆయా బ్యాంకుల పి.ఆర్. విభాగాల్లో గుణాత్మక మార్పులేమైనా వచ్చాయా?

బ్యాంకుల జాతీయకరణతో పి.ఆర్. ప్రాముఖ్యం పెరిగింది. ప్రతి బ్యాంక్‌లో పి.ఆర్. మేనేజర్స్‌ను ఏర్పాటు చేశారు. అయితే బ్యాంకింగ్ రంగంలో నైపుణ్యంగల మేనేజర్లను పి.ఆర్. మేనేజర్లుగా నియమించటంతో వృత్తి నైపుణ్యం కొరవడింది. బ్యాంకింగ్ పి.ఆర్. పరిఢవిల్లాలంటే ప్రత్యేక కేడర్‌ను నియమించుకోవాలి. ఇది ప్రత్యేక వృత్తి. పత్రికా ప్రకటన ఎలా రాయాలి? కరపత్రం ఎలా తయారు చేయాలి? ప్రింటింగ్‌లో, పత్రికా సంబంధాల్లో అనుభవం పి.ఆర్. మేనేజర్స్‌కు ఉండాలి. హఠాత్తుగా ఒక ఎ.జి.ఎమ్.ను తెచ్చి పి.ఆర్. మేనేజర్‌గా నియమించినందువల్ల ఒనగూరే ప్రయోజనాలేమీ ఉండవు.

పి.ఆర్.ఓలు వృత్తిలో ఎదగాలంటే అలవరచుకోవలసిన లక్షణాలు ఏమిటి?

పబ్లిసిటీ అధికారి బాధ్యతలు నాలుగు విధాలుగా ఉంటాయి. అతను పరిశోధకుడు, సలహాదారు, ఎడ్వకేట్, ఎంటెన్నాలా పనిచేస్తాడు. ఏ సంస్థలో పనిచేసినా సంస్థ విషయాలను పరిశోధకుడిలా బాగా ఆకళించుకోవాలి. మంచి చెడుల గురించి యాజమాన్యానికి సలహా ఇవ్వాలి. ఒక ప్రణాళికను సలహాగా తయారుచేసి ఎడ్వకేట్‌గా ఆచరణలో పెట్టాలి. ఎంటెన్నాలా పనిచేసి యాజమాన్యానికి సత్ఫలితాలు చూపాలి. ఇది నిరంతరం ఓ సైకిల్‌లా జరిగే ప్రక్రియ. పి.ఆర్.ఓ.గా రాణించాలంటే- సమాచార నిధిలా ఉండాలి. మేనేజ్‌మెంట్‌కు ఎన్‌సైక్లోపెడియాలా పనిచేయాలి. ఇంట గెలిచి రచ్చ గెలవమంటారు. బయటివారితో సత్సంబంధాలను ఏర్పరచుకోవటానికి ముందు సంస్థలోని సిబ్బందితో సత్సంబంధాలు పెంచుకోవాలి. ఫోన్‌చేస్తే చాలు ఆయా విభాగాల అధిపతులు సమాచారం ఇచ్చేట్లు ఉండాలి. పి.ఆర్.ఓ.కు చక్కటి

రచనా నైపుణ్యం కావాలి. పి.ఆర్.ఓ.లు ప్రధానంగా ఎదుర్కొనే సమస్య పత్రికా సంబంధాల ఇందులో విజయం సాధిస్తే ఇతరత్రా కూడా విజయం సాధించవచ్చు. ఉద్యోగస్తుల కస్టమర్స్‌తో ప్రత్యక్ష ఇంటరాక్షన్ కలిగి ఉండాలి. పి.ఆర్.లో నిర్దిష్ట టార్గెట్ గ్రూప్స్ ఉంటాయి వాటాదారులు, ఉద్యోగులు, కస్టమర్లు ఇలా వేర్వేరు పబ్లిక్స్ ఉంటారు. ప్రభుత్వానిదో గ్రూ డీలర్స్‌దో గ్రూప్, సరఫరాదారులదో గ్రూప్- పబ్లిక్‌ను ఈవిధంగా విభజించి పబ్లిక్‌కు తగినట్లు కార్యక్రమాలు రూపొందించుకోవాలి. సంస్థకు సంబంధించిన సమాచారం సంబంధిత పబ్లిక్ చేర్చగలిగినప్పుడు సదవగాహన ఏర్పడుతుంది. దాంతో సంస్థ ప్రతిష్ఠ పెరుగుతుంది. అ ప్రజాసంబంధాలు.

వ్యక్తిగత స్థాయిలో సత్సంబంధాలను ఎలా పెంచి పోషించుకోవచ్చు?

పి.ఆర్. అనేది వ్యవస్థకు ఎంత అవసరమో వ్యక్తికీ అంతే అవసరం. వ్యక్తులకూ ఆశయాల నిర్దిష్ట ప్రయోజనాలు ఉంటాయి. ఉదాహరణకు పోప్‌కు వ్యక్తిగత పబ్లిసిటీ అవసరం. వ్యక్తిగ మైన సత్సంబంధాలనేవి కుటుంబ సభ్యులతో మొదలవుతాయి. మంచి వ్యక్తిగా రాణించాలం కుటుంబంతో, కాలనీవాళ్ళతో, చుట్టూ ఉన్న సమాజంతో అవినాభావ సంబంధాలను ఏర్పర కోవాలి. మీరు బస్సులో ప్రయాణిస్తుంటే మీ పక్కనున్న ప్రయాణీకుడు మీకు పబ్లిక్ అవుతాడ ఉద్యోగికి ఆఫీసులోని సిబ్బంది పబ్లిక్.

వ్యక్తిగత సంబంధాలు పెంచి పోషించేటప్పుడు మనల్ని మనం తెలుసుకోవాలి. మ లోపాలను విశ్లేషించుకోవాలి. మనలోని మంచి, చెడులను తెలుసుకోవాలి. కమ్యూనికేటిం సెల్ఫ్, సోషల్ సెల్ఫ్ ఉండాలి.

మర్యాద ఇవ్వడం, పుచ్చుకోవడం అలవరచుకోవాలి. ఈ మర్యాద లోపిస్తే సంబంధా చెడిపోతాయి. సానుకూల దృక్పథంతో సహాయకారిగా మెలగాలి. ముఖం చిరుబుర లాడకుండా ఉల్లాసంగా ఉండాలి. ఓపిగ్గా వినగలిగినవారే మంచి కమ్యూనికేటర్. ఈ లక్షణా అలవరచుకుంటే మంచి వ్యక్తిగా గుర్తింపు పొందగలుగుతాం. అప్పుడు ఇతరులు కూ మనకు సహాయకారిగా ఉంటారు. మీ పనులు సులభంగా పూర్తవుతాయి.

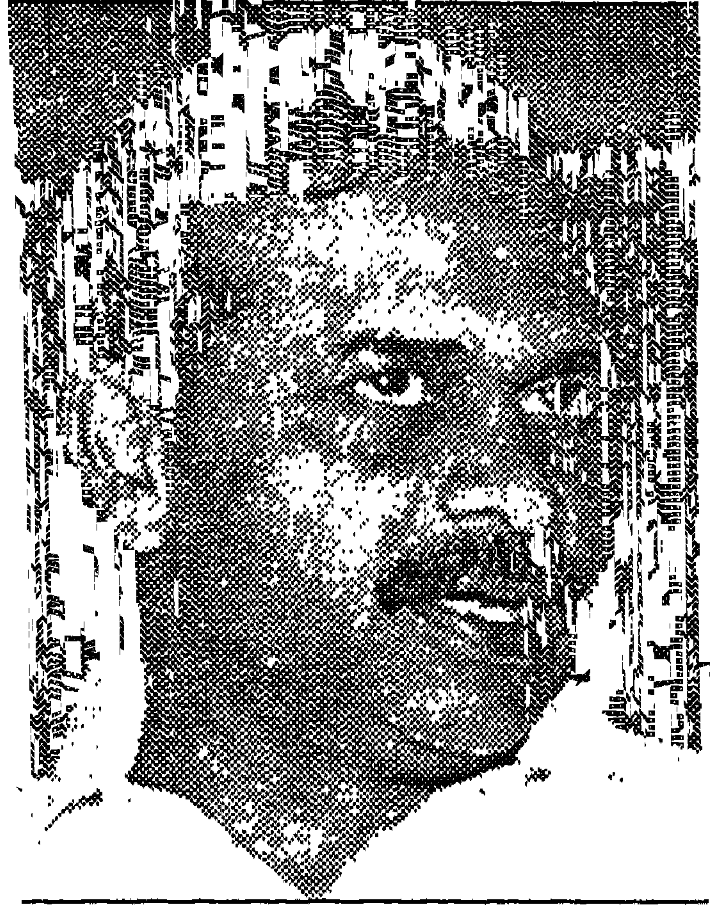
విశ్వసనీయత అన్నిటికన్నా ముఖ్యం

పార్టీ నాయకులు పత్రికలు నిర్వహించడంపై ఎటువంటి ఆక్షేపణా లేదు. పార్టీలే పత్రికలు నడుపుతున్నప్పుడు పార్టీ నేతలు పత్రికలు నడిపితే తప్పేముంది? పార్టీలు నడిపినా, నేతలు నడిపినా పత్రికలకు విశ్వసనీయతే ప్రధానం. పాక్షిక దృష్టితో వార్తలు, వ్యాఖ్యలు వస్తున్నప్పుడు పార్టీ పత్రికలకు, పార్టీ నాయకత్వానికి విలువుండదు. అన్ని రకాల అభిప్రాయాలకూ తగిన ప్రాధాన్యం లభిస్తోందనే విశ్వాసం ప్రజల్లో కలిగితే పత్రికలను ఎవరు నిర్వహిస్తున్నారన్నది అప్రస్తుతం అవుతుంది. ఉదాహరణకు బిర్లాకు ఓ రాజకీయ పార్టీ పట్ల మొగ్గు వున్నా ఆయన నేతృత్వంలోని హిందుస్థాన్ టైమ్స్ ఢిల్లీలో మిగతా పత్రికలకంటే సర్క్యులేషన్ పరంగా ముందుంది. ఆ పత్రికకు విశ్వసనీయత ఉన్న కారణంగానే ఇది సాధ్యం అయింది.

- శ్రీ కె.రామచంద్రమూర్తి

నేనేమిటో ప్రజలకు తెలియచెప్పింది పత్రికలే

డాక్టర్ వై.ఎస్.రాజశేఖర రెడ్డితో ఇంటర్వ్యూ



ఆయనకు రెండు ముఖాలు లేవు. పైకి ఎలా కనిపిస్తారో లోపలకూడా అలానే ఉంటారు. తను నమ్మిన విషయం, చెప్పదల్చుకున్న విషయం కుండబద్దలుకొట్టినట్లు సూటిగా వ్యక్తీకరించడం ఆయన వ్యక్తిత్వంలోని ప్రత్యేకత. ఈ క్రమంలో పర్యవసానాలు ఎలా ఉన్నా ఆయన పట్టించుకోరు. ఈ విలక్షణ వ్యక్తిత్వమే రాష్ట్ర కాంగ్రెస్‌లో వై.ఎస్.రాజశేఖరరెడ్డికి ప్రత్యేక స్థానాన్ని సాధించి పెట్టింది. చిన్న వయసులోనే పి.సి.సి.కి సారథ్యం వహించిన ఘనత వై.ఎస్.ది.

కులమతాలకు అతీతంగా వ్యవహరించే తత్వం రాష్ట్రవ్యాప్తంగా ఆయనకు అభిమానుల్ని సంపాదించి పెట్టింది. ఆయనకు పట్టుదల మెండు. నమ్మినవారికోసం ఎంతటి త్యాగానికైనా సిద్ధపడే వై.ఎస్. మాటలో రాజకీయం తక్కువ. పనివిధానంలో డొంకతిరుగుడు తక్కువ.

1999 అసెంబ్లీ ఎన్నికలు డాక్టర్ వై.ఎస్.కు గొప్ప అనుభవాన్ని ఇచ్చాయి. పార్టీ సారథిగా ముందు నిలిచి శ్రేణులను నడిపించారు. అధికారంలోకి రాలేకపోయినా అసెంబ్లీలో కాంగ్రెస్ బలాన్ని బాగా పెంచగలిగారు. ఎన్నికల ప్రచారంలో విమర్శల ఘాటు ప్రజల్ని ఉక్కిరిబిక్కిరి చేసినా, తదనంతరం కాంగ్రెస్ లెజిస్లేచర్ పార్టీ నాయకుడిగా సానుకూల, నిర్మాణాత్మక పాత్ర పోషించడానికి ఉద్యుక్తం కావటం పలువురి ప్రశంసలు చూరగొంది.

అందరి అభిప్రాయాలను పరిగణనలోకి తీసుకుని, కలుపుకుపోయే మనస్తత్వాన్ని ఒంటబట్టించుకుంటే వై.ఎస్. రాజకీయాలలో మరింత రాణించే అవకాశం ఉంది. తన వ్యక్తిత్వాన్ని లోకానికి చాటి చెప్పడంలో పత్రికలు ప్రముఖపాత్ర వహించాయని డాక్టర్ వై.ఎస్.రాజశేఖరరెడ్డి ఈ ఇంటర్వ్యూలో తెలిపారు.

మీకు డైనమిక్ లీడర్‌గా గుర్తింపు ఉంది. ఈ ఇమేజ్ ఏర్పడటానికి బాటవేసిన కారణాలు, అందులో మీడియా నిర్వర్తించిన పాత్ర ఏమిటి?

పి.సి.సి అధ్యక్షుడినయ్యాక నాకు కొత్తగా వచ్చిన ఇమేజ్ ఏమీ లేదు. నాకున్న ముద్ర ఏదివుందో అది గత ఇరవై ఏళ్ళుగా ఉంది. ఈ ఇమేజ్ అనేది ఒక రోజులో వచ్చింది కాదు. కాలక్రమంలో ఏర్పడింది. నాకు ఇప్పుడున్న ఇమేజ్ ఏర్పడటంలో ప్రచారసాధనాలు కూడా కీలకపాత్ర పోషించాయి.

ఉన్నది ఉన్నట్లు, అనుకున్నది అనుకున్నట్లు చెప్పటం నా స్వభావం. అవతలివారు

బాధపడతారేమో అన్న విషయం తెలిసినా, నేను మాట్లాడకపోతే విశాల ప్రయోజన విషయంలో తప్పుచేసిన వాణ్ణి అవుతానేమో అని ముందుకు పోయేవాణ్ణి.

నేను ఏం మాట్లాడినా జనరల్ పీపుల్ కాజ్ కోసమే మాట్లాడాను. బలహీనవర్గాలు, పే ప్రజలకు ఇబ్బందికర పరిస్థితులు వచ్చినప్పుడు నిర్మొహమాటంగా నేను గళం విప్పాను. ‹ ప్రక్రియ అధికారంలో ఉన్న మంత్రులు, ముఖ్యమంత్రులను ఇబ్బంది పెడుతుందని తెలిసి: విశాల ప్రయోజనంకోసం నిర్మొహమాటంగా చెప్పే స్వభావం నాది. ఒక్కోసారి నా మాట: పార్టీ క్రమశిక్షణారాహిత్య ఉల్లంఘన అంచుదాకా కూడా వెళ్ళేవి. వీలున్నంతవరకూ క్రమశిక్షణ రాహిత్యం బ్రాకెట్‌లో పడకుండానే నేను విమర్శలు చేశాను.

యువకులు ఇంకా ఎక్కువగా రాజకీయాల్లోకి రావాలి, ప్రతిచోటా వారికి ప్రాధాన్య పెరగాలి. అప్పుడే సమస్యల పరిష్కారానికి ఎక్కువ అవకాశాలు ఉంటాయి అనేది నా దృ విశ్వాసం. ఈ విషయాలు నేను గట్టిగా మాట్లాడినప్పుడు పార్టీలోని సీనియర్లకు బాధ కలిగే: సీనియర్ల పట్ల నాకు ఏవిధమైన దురభిప్రాయం లేదు. వారిని కించపరిచే ఆలోచనలేద కానీ యువకులకు అవకాశాలు రావాలని నేను కోరటం తమకు వ్యతిరేకం అని వా: అనుకుంటే నేను చేయగల్గింది ఏమీలేదు.

ఏది ఏమైనా నా అభిప్రాయాలను, ఆలోచనా సరళిని, నా నిర్మొహమాట వ్యక్తిత్వా: ‌పపంచం ముందు ఆవిష్కరించటంలో మీడియా చాలా పెద్ద పాత్ర వహించింది. మీడియ ేకుంటే నా వ్యక్తిత్వం ఈ మేరకు పదిమందికీ తెలిసే అవకాశం వచ్చేది కాదు.

లోగడ కొద్దికాలం మంత్రిగా, పి.సి.సి. సారధిగా పనిచేసిన మీరు ఇంత గ్యాప్ తర్వా: రాష్ట్ర ప్రజల్లో బాగా ప్రచారంలోకి రావటానికి దోహదపడిన అంశాలు ఏమిటి?

తొలిసారిగా ఎమ్మెల్యేను అయినప్పుడే మంత్రిగా రెండేళ్ళు పనిచేశాను. నాలుగుసార ఎమ్మెల్యేగా, నాలుగుసార్లు ఎంపీగా ఎన్నికయ్యాను. ప్రతి ఎన్నికల్లోనూ ఎన్నో రకాల ఇబ్బ దులు ఎదురైనా కులమతాలకు అతీతంగా వ్యవహరించే నా వ్యక్తిత్వం అందరినీ దగ్గరక చేర్చింది. ప్రజల్లో నాపట్ల ఉన్న సదభిప్రాయం నా విజయానికి ఓ కారణం.

ఎల్లవేళలా సామాన్యులకు అందుబాటులో వుంటాను. పన్నెండేళ్ళ కుర్రాడు రావాలన ంగా నా దగ్గరకు రావచ్చు. వారి గ్రామాలు, ప్రాంతాలకు చెందిన నాయకులు తోడ ్వసరంలేదని ప్రతివారూ అనుకోబట్టే ఇంతకాలంగా ప్రజల ఆదరణ పొందగలుగుతున్నాను 996 ఎన్నికల్లో తెలుగుదేశం పార్టీ, ప్రభుత్వం, పోలీసు యంత్రాంగం దమన నీతి సాగించాయి కినుక వహించిన కాంగ్రెస్ నాయకులకు వాళ్ళు దోహదపడ్డారు. వారికి వ్యతిరేకంగా ప: చేశానని అనుకోవటం కాంగ్రెస్ నాయకుల కినుకకు కారణం. అప్పట్లో కొన్ని పరిస్థితుల అలా పరిణమించాయి. నేను వారిని తప్పుబట్టను. ఆ ఎన్నికల్లో తక్కువ మార్జిన్‌తో అయిన విజయం సాధించగలిగానంటే అందుకు కారణం సామాన్యుల్లో సైతం నాకున్న అభిమానమే ఆ అభిమానాన్ని ఏర్పరచింది ప్రచార సాధనాలే. ఎన్నికల్లో నా ప్రత్యర్థులు ప్రతి ఓటుకు సొమ్మిచ్చి కొన్నా నేను గెలిచానంటే నాపట్ల ప్రజల్లో విశ్వసనీయతను పెంపొందింపచేసి: మీడియానే కారణం. నాపట్ల మీడియా ప్రదర్శించిన సుహృద్భావవైఖరే కారణం.

ఇందిర, ఎన్.టి.ఆర్‌లు తమకున్న సమ్మోహన శక్తి కారణంగా మీడియాలో బాగా ప్రచారం పొందగలిగారు. అదేమీ లేకుండానే చంద్రబాబు ఎక్కువ ప్రచారం పొందుతున్నారు. చంద్రబాబుకు మీడియా కవరేజిపై మీ కామెంట్ ఏమిటి?

సమ్మోహన శక్తి విషయంలో చంద్రబాబుకు జీరో మార్కులే. కానీ ఈయన విషయంలో మీడియా చాలా ఎక్స్‌ట్రా పాత్ర పోషించింది. ఎడ్వర్‌టైజ్‌మెంట్లు, పబ్లిసిటీపై చంద్రబాబు కోట్ల రూపాయల బడ్జెట్‌ను ఖర్చు చేయటం, మీడియా అధిపతులు దాని ప్రభావాన్ని పూర్తిగా కాదనలేని పరిస్థితుల్లో ఉండటంవల్ల చంద్రబాబుకు సంబంధించిన సానుకూల అంశాలకు విపరీత ప్రచారం లభించింది. ఇంతకంటే ఎక్కువగా మాట్లాడటం నా తరఫునుంచి మంచిది కాదు.

మీరు నిర్వహిస్తున్న ఆందోళన కార్యక్రమాలకు పత్రికల్లో ఎక్కువగా ప్రచారం వస్తోందా? ప్రెస్ కాన్ఫరెన్స్‌లకు ఎక్కువగా ప్రచారం వస్తోందా?

సమయాన్నిబట్టి, పరిస్థితిని బట్టి దేనికి రావలసిన ప్రాచుర్యం దానికి వస్తూనే ఉంది. నిజానికి గతంలో కాంగ్రెస్ పార్టీ కార్యక్రమాల గురించి పత్రికల్లో ఎక్కువగా కవరేజి వచ్చేది కాదు. దీని ముఖ్య కారణం కార్యక్రమాలు తక్కువగా ఉండటం. ఇప్పుడు కార్యక్రమాలు పెరిగాక, మా యాక్టివిటీకి అన్ని పత్రికలు ప్రచారం ఇవ్వకుండా వుండలేని పరిస్థితి ఏర్పడింది. మేం 1998 నవంబర్ ఒకటో తేదీన మూడు, నాలుగు లక్షలమంది ప్రజానీకంతో సూర్యాపేటలో ధర్నా నిర్వహించాం. ఆరోజు రాష్ట్రావతరణ దినోత్సవం అయినప్పటికీ ఆ కార్యక్రమాలకు పత్రికలు ప్రాధాన్యం ఇవ్వకుండా మా పార్టీ ధర్నా విశేషాలను పతాక శీర్షికల్లో ప్రచురించాయి. పార్టీ కార్యక్రమాలన్ను పెంచడంద్వారా వాటిని పత్రికలు ఉపేక్షించజాలని పరిస్థితిని కచ్చితంగా తెస్తాం. పత్రికలకు జిల్లా అనుబంధాలు వచ్చాక పార్టీ కార్యకలాపాలను ఎంతగా పెంచితే అంతగా ప్రచారం వస్తుంది.

ప్రతిపక్షంలో ఉన్న పార్టీ అధికార పార్టీని విమర్శించడమే ధ్యేయంగా పెట్టుకోకుండా నిర్మాణాత్మకంగా ప్రజల్లోకి వెళ్ళవచ్చుగదా? డబ్బు, అధికారంతో నిమిత్తం లేకుండా కూడా ప్రజలకు సంబంధించిన అనేక సమస్యలను పరిష్కరించ వీలుంది. ఏ ప్రతిపక్ష పార్టీ ఈ విధమైన నిర్మాణాత్మక పాత్ర ఎందుకని నిర్వర్తించలేకపోతున్నది?

విమర్శించడమే మా ధ్యేయం కాదు. ఫలానా ప్రభుత్వ కార్యక్రమం బాగా లేనప్పుడు దానికంటే మెరుగైన కార్యక్రమాన్ని ఇస్తామని ప్రజలకు చెప్తున్నాం. ఇప్పటికంటే చురుకైన సేవలు, కార్యక్రమాలను ప్రముఖంగా చాటి చెప్పాల్సిన అవసరం ఉంది. ఉదాహరణకు జన్మభూమి కార్యక్రమంలో చాలాచోట్ల ఎస్టిమేట్లు పెంచి పచ్చచొక్కా కాంట్రాక్టర్ల భోజన కార్యక్రమంగా చేశారు. దీనిపై గట్టిగా మాట్లాడుతున్నాం. జన్మభూమిద్వారా పంచాయతీరాజ్ వ్యవస్థను నిర్వీర్యం చేశారు. జన్మభూమి కార్యక్రమం ద్వారా కాంట్రాక్టర్ల వ్యవస్థను పూర్తిగా నిర్మూలించానన్న ముఖ్యమంత్రి మాటలు కేవలం నీటిమూటలే. పచ్చచొక్కా కాంట్రాక్టర్లు లేకుండా జన్మభూమి పనులు జరగడంలేదు. సబ్‌కాంట్రాక్టర్లు కూడా రాజ్యమేలుతున్నారు. గ్రామస్తులనుంచి విరాళాలు వసూలుచేసి జన్మభూమి పనులు చేస్తున్నామని చెప్తున్నారు.

ఎవరెవరి దగ్గరనుంచి విరాళాలుగా ఎంత వసూలు చేశారో పేర్లతో సహా ప్రచురి గలుగుతారా అని నిలదీస్తున్నాం.

చంద్రబాబు కంప్యూటర్ రాజ్‌కు సంబంధించి మీ వైఖరి ఏమిటి?

ఇప్పుడున్న పరిస్థితుల్లో కంప్యూటర్లు అవసరం లేదని ఎవరూ అనటంలేదు. కంప్యూటర ప్రవేశపెట్టిన ఘనత రాజీవ్‌దే. అవసరమైన చోటల్లా కంప్యూటర్లతో ఆధునికీకరణ జరగాల్సి అయితే ప్రజలకు ప్రభుత్వం మరింత చేరువ కావటానికి కృషి జరగాలి. ప్రజల మౌ అవసరాల పట్ల నిర్లక్ష్యం తగదు. అదే మా ముఖ్య విధానం.

స్వాతంత్ర్యోద్యమ కాలంనుంచి హిందూ-ముస్లిం విభేదాలు కొనసాగుతున్నాయి. ఇప్ప కొత్తగా క్రైస్తవమతంతో ఇది త్రిముఖ స్వరూపాన్ని పొందింది. ఈ ప్రభావం భవిష రాజకీయాలపై ఎలా ఉంటుంది?

లౌకికవాదం కాంగ్రెస్ పార్టీ మౌలిక సిద్ధాంతం. భిన్నత్వంలో ఏకత్వం అనేది ఈ దేశా సంస్కృతి, ఆయువుపట్టు కావాలన్నది కాంగ్రెస్ విశ్వాసం. మతతత్వ పార్టీల పాలనల వచ్చినప్పుడు మతతత్వ వెర్రితలల్ని చూస్తూనే ఉన్నాం. ఇందులో భాగమే క్రైస్తవులపై దాడు లౌకికవాదం బలపడటం, లౌకిక శక్తులు సంఘటితం కావడం ఒక్కటే దీనికి పరిష్కారమార్గ ఒకే ఛత్రంలోకి రావటానికి లౌకిక శక్తులు వెనకాడకూడదు. సర్వమత సౌభ్రాతృత్వమే దేశాన్ని ముందుకు తీసుకుపోగలుగుతుంది.

రాయలసీమ ఫ్యాక్షన్స్‌కు చరమగీతం పాడి, మెజారిటీ వర్గ ప్రజలు ప్రాతినిధ్యం పొందే చూడటానికి మీరు సూచించే పరిష్కారం ఏమిటి?

బతుకుతెరువుకు సరిపడా ప్రజలకు పనిలేక పోవడం అనేది రాయలసీమలో ఫ్యాక్షన్స్ ముఖ్య కారణం. ఆ ప్రాంతం ఇంకా ఎక్కువ అభివృద్ధి పథంలోకి రావాలి. ప్రజలకు ఎక్కువ పనులు ఉంటే మనం ఈ సమస్య నుంచి బయటపడగలం.

మౌలిక విలువలకు హాని కలిగించే రాతలు వద్దు

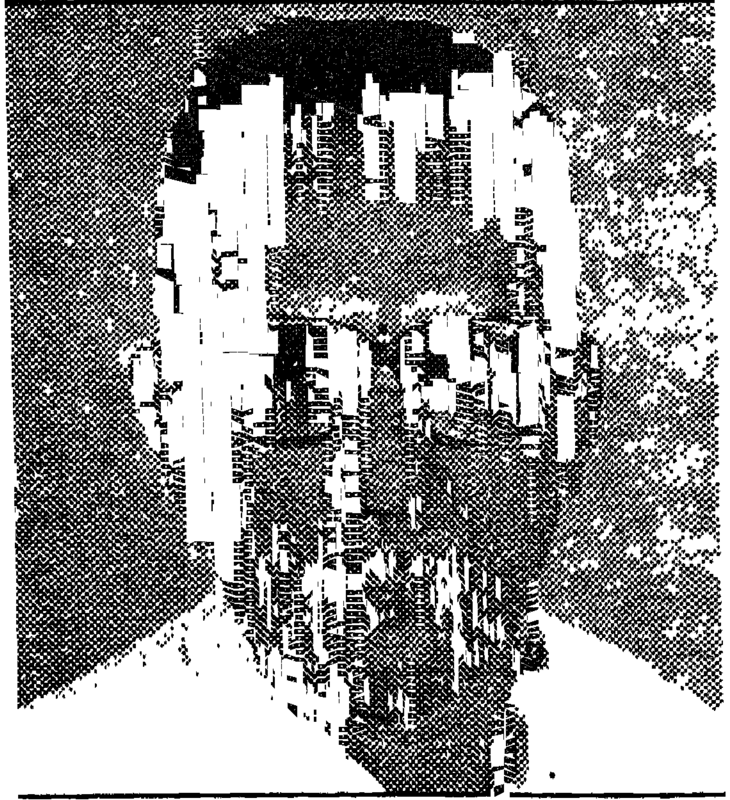
ఎవరినో విమర్శించడానికో లేదా ఎగతాళి చేయడానికో మౌలిక సామాజిక వ్యవస్థలకూ, విలువలకు సర్వసమ్మతి పొందిన విధానాలకు హాని కలిగించే వార్తలు, వ్యాఖ్యలు పత్రికలలో ఇతర ప్రసార మాధ్యమాలలో ఈ మధ్య ఎక్కువగా వస్తున్నాయి. ఎవరో చేసిన ప్రకటనో, వ్యాఖ్యో లేదా తీర్మానమో అయినప్పుడు పత్రికలు వృత్తి ధర్మంగా వాటిని ప్రచురిస్తే అర్థం చేసుకోవచ్చు. కానీ పత్రికా ప్రతినిధులే స్వయంగా పనిగట్టుకుని అలాంటి వార్తలను, వ్యాఖ్యలను రాసి ప్రచారమివ్వబూనడం ఏమాత్రం సమర్థనీయం కాదు.

- శ్రీ జి.ఎస్.వరదాచారి

మంచి జర్నలిస్టులూ మన మధ్యే ఉన్నారు

బిజెపి రాష్ట్రశాఖ ప్రధాన కార్యదర్శి శ్రీ పి.వేణుగోపాల్‌రెడ్డితో ముఖాముఖి

సిద్ధాంతం ఏదయినా, ఆ సిద్ధాంతానికి అంకితమై ఆ లక్ష్య సాధనకోసం అవివాహితుడిగా ఉండి జీవితాన్ని అంకితం చేయటం ఏ కొద్ది మంది త్యాగధనులకో మాత్రమే సాధ్యపడే విషయం అలాంటి కొద్దిమంది త్యాగధనుల కోవలోకి వస్తారు శ్రీ పి.వేణుగోపాల్‌రెడ్డి. మనిషి నిగర్వి. నిరాడంబరుడు. మల్లెపువ్వులాంటి తెల్లని ఖద్దరు లాల్చీ, పైజమాలో హుషారుగా కన్పించే ఆయన అందరితో కలివిడిగా ఉంటారు. పార్టీ కార్యకలాపాలు సాఫీగా సాగటానికి 'కందెన'లా వ్యవహరిస్తారు.



తనకంటే సీనియర్‌లు పార్టీ అధ్యక్షులుగా ఉన్నప్పుడు, తనకంటే జూనియర్‌లు పార్టీ అధ్యక్షులుగా ఉన్నప్పుడు సైతం బిజెపి రాష్ట్రశాఖ ప్రధాన కార్యదర్శిగా ఆయన పనివిధానంలో రవ్వంత మార్పు కనిపించదు. హోదాకంటే విధులపట్ల అంకితభావం, స్నేహశీల గుణం ఆయన వ్యక్తిత్వానికి కొంగుబంగారంలా భాసిల్లుతున్నాయి.

ఆర్.ఎస్.ఎస్‌లో పూర్తికాల ప్రచారక్‌గా జీవితాన్ని అంకితం చేసిన శ్రీ వేణుగోపాల్‌రెడ్డి 1985 నుంచి భారతీయ జనతాపార్టీలో బాధ్యతలు నిర్వర్తిస్తున్నారు. 1967లో ఆర్.ఎస్.ఎస్. ప్రచారక్‌గా రంగప్రవేశం చేసిన ఆయన ఏడాదిపాటు విజయవాడలో పనిచేశారు. ఆ తరువాత 1975 వరకు గుంటూరు నగర ప్రచారక్‌గా, జిల్లా ప్రచారక్‌గా వ్యవహరించారు. ఎమర్జన్సీలో అజ్ఞాతంలో ఉంటూ విజయవాడ కేంద్రంగా మూడు జిల్లాల జోన్‌కు ఇన్‌ఛార్జ్‌గా పనిచేశారు. ఆ సమయంలోనే ఏడాదిపాటు ఐదు జిల్లాల జోన్‌కు సంబంధించి జాగరణ విభాగం పని చూశారు.

ఎమర్జన్సీ అనంతరం జాగృతి వారపత్రిక సంపాదక బాధ్యతలను చేపట్టి 1985 వరకు ఆ పదవిలో కొనసాగారు. ఆ తదుపరి రాజకీయరంగంలోకి అడుగిడారు. బిజెపి రాష్ట్ర కార్యదర్శి హోదాలో కడప కేంద్రంగా రాయలసీమ, నెల్లూరు ప్రాంత బాధ్యతలను నెరవేర్చారు. 1986లో విజయవాడ కేంద్రంగా, కృష్ణ, గుంటూరు, నెల్లూరు, రాయలసీమ జిల్లాల్లో బిజెపి కార్యకలాపాలను పర్యవేక్షించారు. 1987లో రాష్ట్ర బిజెపి ప్రధాన కార్యదర్శిగా నియుక్తులైన ఆయన హైదరాబాద్ కేంద్రంగా ఆ బాధ్యతలను నిర్వర్తిస్తున్నారు.

నెల్లూరు జిల్లా గూడురు ఆయన స్వస్థలం. తండ్రి సుబ్బారెడ్డి రెవిన్యూ ఇన్‌స్పెక్టర్‌స్థాయి నుంచి ఎదిగి డి.ఎస్.ఒగా రిటైరయ్యారు. శ్రీ వేణుగోపాల్‌రెడ్డి బాల్యం పూర్తిగా తల్లి పుట్టిల్లయిన కోటలోనే సాగింది. కోటలో ఎస్.ఎస్.ఎల్.సి. వరకు చదివిన ఆయన నెల్లూరు వి.ఆర్.కాలేజీలో

బి.ఎస్.సి. చదివారు.

పార్టీ పత్రికలయిన ఉదయ కమలం, జనసందేశ్‌లకు ఆయన ప్రచురణ కర్తగా ఉన్నా పార్టీ పత్రికల నిర్వహణలోని ఇబ్బందులనుంచి పత్రికా రచయితల్లో కొరవడుతున్న సత్య వరకూ అనేక విషయాలపై ఈ ఇంటర్వ్యూలో తన అభిప్రాయాలను నిర్మోహమాటంగా వెల్లడించ

మీరు పాత తరం జర్నలిస్టులను చూసి ఉంటారు. కొత్త తరం జర్నలిస్టుల చూస్తున్నారు. పాత, కొత్త తరాల మధ్య ప్రస్ఫుటంగా గోచరించే తేడాలేమైనా ఉన్నాయ

పత్రిక యజమానుల ధోరణి మారినట్టే పాత్రికేయుల ధోరణి కూడా మారుతున స్వాతంత్ర్యానికి పూర్వం దేశ హితం కొరకు పని చేయాలనే ఆదర్శం పత్రికల ముందుండే స్వాతంత్ర్యం వచ్చాక అది వ్యాపార ధోరణికి మారిందని పలువురు పత్రికారంగ ప్రముఖ వెల్లడించారు. మరీ అంత పాతతరంతో నాకు ప్రత్యక్ష అనుభవం లేదు. నాకు తెలి కాలాన్ని ఎమర్జన్సీకి ముందు- ఆ తరువాతగా విభజించవచ్చు. 1975కు పూర్వం పత్రి యజమానులు లాభార్జన వ్యాపారంగా నిర్వహించినా జర్నలిస్టుల్లో పూర్తిగా ఆ ధోరణి ఉం కాదు. రాజకీయ నాయకులు, వార్తలతో సంబంధం ఉండే వ్యక్తులు ఏదైనా విలు బహుమతి ఇవ్వజూపితే తీసుకోవడానికి కొందరు జర్నలిస్టులు సంకోచించేవారు. కొం సున్నితంగా తిరస్కరించేవారు.

ఎమర్జన్సీ అనంతర కాలంలో యజమానుల లక్ష్యంలో మార్పు వచ్చింది. ప్రభుత్వా దాని యంత్రాంగాన్ని లొంగదీసుకునే 'నెట్‌వర్క్'గా జర్నలిస్టుల్ని ఉపయోగించుకోవ మొదలైంది. ఘోస్ట్ సంపాదకుల రంగప్రవేశంతో పబ్లిషర్ అభిప్రాయాలే ప్రజాభిప్రాయాల సంపాదకీయాలు, వారి అభిమతానికి అనుగుణంగా వార్తలకు కృత్రిమ రంగు, రుచి, వా కల్పించడం మొదలైంది. పబ్లిషర్ బలహీనత కనిపెట్టిన జర్నలిస్టులు కూడా తదనుగుణ మార్పు చెందారు. బహుమతులను స్వీకరించే దశను దాటి ఆశించే దశకు చేరుకున్నా దీంతో పత్రికల్ని లోబరుచుకునే సంస్కృతి ప్రబలింది. రకరకాల ప్రలోభాలతో ములాయంసి పత్రికారంగాన్ని లోబరుచుకున్న వైనాన్ని మనం పత్రికల్లో చూశాం. కంట్రిబ్యూటర్ స్థాయిను సంపాదకుల దాకా వారి స్థాయిని బట్టి మంత్లీ, క్వార్టర్లీ మామూళ్ళు, ఫ్రిజ్‌లు, కలర్ టీవీ ఫ్లాట్స్ బహుమతులుగా అందుతున్నట్లు కూడా వింటున్నాం. జీతం, బత్తెం ఇవ్వకుండా గుర్తి కార్డు ముఖాన కొట్టి 'విలేకరిగా బతుకు పో!' అంటున్న పత్రికాధిపతులనూ చూస్తున్నాం. ధోరణి ఇలాగే సాగితే రవాణా, రిజిస్ట్రేషన్, వాణిజ్య పన్నుల శాఖల అధికారులు విజయవ ఏలూరు, కాకినాడ వంటి చోట్ల పోస్టింగ్ కొరకు లక్షల రూపాయలు లంచం ఇస్తున్న జర్నలిస్టులు కూడా తాము కోరుకున్న చోట పోస్టింగ్ ఇస్తే లక్షలు ఇస్తామని ఎగబడే ఎంతో దూరం లేదనిపిస్తోంది.

పాత తరం జర్నలిస్టులతో విలువలకు సంబంధించి మీకు ఎదురైన స్వానుభవ చెప్తారా?

ఉన్నత విలువల కొరకు పాతతరంలోనే వెతుక్కోనవసరం లేదు. నైతిక విలువ ప్రాణం పోస్తున్న జర్నలిస్టులు మనమధ్య ఇప్పుడు కూడా ఉన్నారు. పేరు చెప్పడం బాగుండ

కానీ, ఒక సంఘటన చెప్తా: ఓసారి శ్రీశైలంలో మా పార్టీ సమావేశం జరిగింది. ఆ వివరాలను రిపోర్టు చెయ్యటానికి పత్రికా విలేఖరి వచ్చారు. సమావేశం పూర్తయ్యాక ఫ్యాక్స్ ద్వారా వార్త పంపడానికి కొండకిందకు వెళ్ళబోతున్నాడు. జీపు తీసుకెళ్ళమన్నా వొద్దన్నాడు. ఫరవాలేదని నచ్చచెప్పి మా డ్రైవర్‌ను పిలిచి కాఫీ, టీలు, భోజనం, ఫ్యాక్స్ బిల్లు వగైరాలు చెల్లించడానికి డబ్బు ఇచ్చి, తగిన సూచనలు చెప్పి పంపాను. ఆయన పనులన్నీ పూర్తయి, హైదరాబాద్ బస్సు ఎక్కేదాకా ఉండి, రాత్రికి మా జీపు డ్రైవరు తిరిగి వచ్చాడు. రాగానే నేను అతనికి ఇచ్చిన పైకం మొత్తం యధాతథంగా నాకు తిరిగి ఇచ్చేశాడు. ఇదేంటి? ఏమీ ఖర్చు కాలేదా! అన్నాను. 'లేదు సార్!' కాఫీక్కూడా నన్ను డబ్బులివ్వనివ్వలేదు. పైగా నేను ఒద్దంటున్నా మన జీప్‌లో 10 లీటర్ల డీజిల్ కొట్టించి డబ్బు ఆయనే ఇచ్చాడు సార్!' అని మా డ్రైవర్ చెపితే నిరుత్తరుణ్ణయిపోయా! నా చెవుల్ని నేను నమ్మలేకపోయా. కానీ, ఇది నిజం. ఇంకా అలాంటి వాళ్ళు కొద్దిమందైనా ఉన్నారు కనుకే జర్నలిస్టులకు ఈమాత్రం గౌరవం దక్కుతున్నది.

జనసందేశ్, ఉదయ కమలం పత్రికల నిర్వహణ లక్ష్యాలేమిటి?

తమ ప్రయోజనాలకోసం పత్రికాధిపతులు రాజకీయ బాంధవ్యాన్ని పెంచుకోవడం, దాని ప్రభావం వార్తలమీదికి ప్రసరించడం చూస్తూనే ఉన్నాం. అలాగే జర్నలిస్టుల్లో కూడా రాజకీయ రాగద్వేషాలు కలిగిన వాళ్ళు తమ చిత్తానుసారం వార్తను ప్రభావితం చేస్తున్నవాళ్ళు ఉన్నారు. ఫలితంగా వార్తా రచనలో సత్యనిష్ఠ మృగ్యమై పోతున్నది. ఈ నేపథ్యంలో పార్టీ దృక్పథాన్ని సక్రమంగా అందించాల్సిన అవసరం పార్టీకి ఏర్పడింది. అందుకని సొంతంగా పత్రికలు నడుపుతున్నాం.

ఈ పత్రికలు పార్టీ సందేశాన్ని కార్యకర్తలకు సమర్థవంతంగా చేరవేయగలుగు తున్నాయా?

క్రియాశీల కార్యకర్తలు అందరూ ఈ పత్రికలకు చందాదారులై ఉండాలనే నియమాన్ని బిజెపి రాష్ట్ర శాఖ అమలు చేస్తున్నది. అందువల్ల క్రియాశీల కార్యకర్త స్థాయి వరకు పార్టీ సందేశం అందుతున్నదనే భావిస్తున్నాం. ఆ దిగువస్థాయికి కూడా అందాలంటే సంస్థాగతంగా కొన్ని ఇబ్బందులున్నాయి.

పార్టీ పత్రికల నిర్వహణలో ఇబ్బందులు ఏమిటి?

తగినంత సర్క్యులేషన్, అదిలేకపోతే ఆర్థిక ఇబ్బందులు ప్రధానమైన సమస్యలు. ఈ రెంటినీ మేం చాలావరకు అధిగమించాం. అయితే సాధారణ పత్రికలకు ఉన్నంతగా ప్రకటనల ద్వారా వచ్చే ఆదాయం పార్టీ పత్రికలకు రాదు. వీటన్నింటికీ మించి రచయితల కొరత పార్టీ పత్రికల నిర్వహణలో ప్రధాన ఇబ్బంది. క్రియాశీలంగా ఉండే నాయకులకు రాజకీయ విషయం పట్ల అవగాహన ఎక్కువగా ఉంటుంది. కానీ వారికి రాసే తీరిక, కుతూహలం తక్కువ. రాసే కుతూహలం, సమర్థత ఉండి, పార్టీ ధోరణిని అవగతం చేసుకుని రాయగల రచయితలు తక్కువ. ఇవి మినహా పార్టీ పత్రికలు నిర్వహించడంలో పెద్ద ఇబ్బందులేమీ లేవు.

శివసేన పత్రిక 'సామ్నా' సంపాదకీయాలను ఇతర పత్రికలు వార్తలుగా ప్రచురించిన సందర్భాలు అనేకం ఉన్నాయి. బిజెపి జాతీయ, రాష్ట్రస్థాయిల్లో నిర్వహిస్తున్న పత్రికలకు

ఇంతటి సాధికార ముద్ర లేకపోవడానికి కారణం ఏమిటి?

'సామ్నా' దినపత్రిక కావడం మొదటి కారణం. శివసేన పార్టీ వైఖరిలో వస్తున్న మార్పు చెందిన సంకేతాలు మొదటగా సామ్నాలో రావడం రెండో కారణం. వివాదాస్పద అంశా అవి మిగతా పత్రికలకు తాజా వార్తలకింద లెక్క. మావి పక్ష, మాస పత్రికలు. పార్టీ వైః సంబంధించిన అంశాలు సూక్ష్మంగానైనా సరే ముందే ఇతర పత్రికల్లో వస్తాయి. ఆ తరు పది, పదిహేను రోజులకు వస్తున్న మా పత్రికల్లో ఆయా అంశాలకు సంబంధిం సమాచారంలో సమగ్రత, స్పష్టత ఉంటుందేకాని, తాజాదనం ఉండదు కదా! అయినప్ప జనసందేశ్, ఉదయ కమలం పత్రికల్లో మేం ప్రచురించిన విషయాలు రాజకీయ వ చర్చనీయాంశాలై, మిగతా పత్రికల్లో వార్తలుగా వచ్చిన సందర్భాలు లేకపోలేదు.

దేశ సమైక్యత, సమగ్రతల విషయంలో పత్రికలు తమ వంతు నిర్మాణాత్మక పా పోషిస్తున్నాయా?

దీనికి పూర్తిగా అవుననిగానీ, కాదనిగానీ సమాధానం చెప్పలేం. రాజకీయంతో ముడిప క్రీడలు, కళలు, సైన్స్, టెక్నాలజీ వంటి రంగాలకు సంబంధించిన వార్తల విషయ పత్రికలు చాలావరకు నిర్మాణాత్మక పాత్రను పోషిస్తూనే ఉన్నాయి. అయితే ముందే చెప్పి పత్రికాధిపతుల, జర్నలిస్టుల రాజకీయ రాగద్వేషాల కారణంగా వార్తారచనలో సత్య కొరవడింది. దాని ఫలితంగా రాజకీయరంగానికి చెందిన వార్తల విషయంలో రాజకీ ప్రయోజనాలను గణించినంతగా దేశసమైక్యత, సమగ్రతలను పట్టించుకోవడం లేదు.

దేశ సమైక్యత, సమగ్రతల విషయంలో ఉపేక్షాభావం చూపుతున్నారనటానికి ఆధారాలు, ఉదాహరణలు చెపుతారా?

పోఖ్రాన్ అణుపరీక్షల విషయం చూడండి. ఇది దేశ ప్రతిష్ఠను, గౌరవాన్ని ప్రపంచ దే ఇనుమడింపచేసింది. అణుపరీక్షల అనంతరం మేం సగర్వంగా తలెత్తుకుని తిరగ్గలుగుతు అని ప్రవాస భారతీయులు వెల్లడించినట్లు వార్తలొచ్చాయి. అణుపరీక్షల్ని నిర్వహించి బిజెపి నాయకత్వంలోని వాజ్‌పేయి ప్రభుత్వం కావడంవల్ల ఆ కీర్తి ప్రతిష్ఠలు బి దక్కకూడదనే దుగ్ధతో అణుపరీక్షల్ని వ్యతిరేకిస్తూ అనేక పత్రికలు వ్యాసాల్ని, సంపాదకీయా గుప్పించాయి. రాజకీయద్వేషం ముందు దేశ హితం అల్పమైపోయింది. అలాగే మధ్యప్రదే ఇద్దరు మహిళలపై అత్యాచారం జరిగింది. ఈ వార్తను 'క్రైస్తవ సన్యాసినుల మానభం అని ప్రచారం చేశారు. మహిళల మతాన్ని బట్టి మానం విలువలో తేడా ఉండదుకదా? వార్తలో మతానికి ప్రాధాన్యత ఎందుకు వచ్చింది? బిజెపి ప్రభుత్వాన్ని అప్రతిష్ఠపాలు చేయడ మతాన్ని ఆశ్రయించారు. దీని కారణంగా దేశంలోని మిగతా మైనారిటీల్లో అభద్రతా భ ఏర్పడుతుందని కానీ, అది దేశసమైక్యతను గాయపరుస్తుందనిగానీ వారికి చింతలే రాజకీయద్వేషం ముందు జాతిసమైక్యత చిన్నదైంది. పోనీ, మానభంగానికి గురైన మహి క్రైస్తవులైనందున అలా వార్తలు రాశారనుకుందామా? ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో పీటర్ సుబ్బం అనే వ్యక్తి నిర్వహిస్తున్న క్రైస్తవ సేవాసంస్థ అనాథ పిల్లల్ని విదేశాలకు అమ్ముతున్నట్టు వెల్లడై 'సేవ ముసుగులో అనాథల్ని అమ్ముతున్న క్రైస్తవ సంస్థ' అని శీర్షికలో మతం పేరు క

చేర్చి వార్తలు రాయలేదేం? రాసేవాళ్ళే! ఈ వార్తను బిజెపికి ముడిపెట్టి దాని ప్రతిష్ఠను దెబ్బతీసే అవకాశం ఉంటే!

అణుపరీక్షల వంటి జాతీయ ప్రయోజనాలతో ముడివడిన విషయాలను సైతం వ్యతిరేకించడంవల్ల పాత్రికేయ విలువలకు, సత్యనిష్ఠకు, చివరకు దేశ ప్రయోజనాలకు కలిగిన చెరుపు ఏమిటి?

అణుపరీక్షల్ని కొన్ని పత్రికలు, కొందరు కాలమిస్టులు వ్యతిరేకించినంత మాత్రాన దీర్ఘకాలంలో దేశ ప్రయోజనాలకేం నష్టంలేదు. వాళ్ళు తమ రాతలతో ప్రజల్ని తాత్కాలికంగా కొంత అయోమయంలో పడేయవచ్చు. గందరగోళానికి లోను చేయవచ్చు. దేశానికి రావలసిన శాశ్వత ప్రయోజనం అణుపరీక్షలు పూర్తి కావడంతోనే రావడం మొదలైంది. కాలం గడుస్తున్నకొద్దీ ఇది నిర్ధారణ అవుతున్నది. ఇది రూఢి అవుతున్న కొద్దీ అణుపరీక్షల్ని వ్యతిరేకించిన పత్రికల, కాలమిస్టుల నిజాయితీని ప్రజలు శంకించడం మొదలైంది.

కేంద్రంలో బిజెపి అధికారంలోకి వచ్చాక రాష్ట్ర స్థాయిలో పార్టీ వార్తల కవరేజి ఏమైనా పెరిగిందా?

కేంద్రంలో బిజెపి అధికారం చేపట్టిన సమయానికి రాష్ట్రంలో కూడా పార్టీ పునాదుల్ని విస్తరించడం, గణనీయంగా పార్టీ బలం పెరగడం జరిగింది. పార్టీ గణనీయస్థాయికి చేరుకున్నాక దానికి తగినట్లు వార్తల కవరేజి పెరగడం సహజం. పత్రికలకు కూడా అది అవసరం.

మీరు విలేకరుల సమావేశంలో చెప్పిన విషయాలు తప్పుగా రిపోర్ట్ అయిన సందర్భాల్లో ఖండన పంపిస్తే దానికి తగు ప్రాధాన్యం ఇచ్చి ప్రచురించారా?

పత్రికలు వాణిజ్య సంస్కృతిని ఒంటబట్టించుకున్నట్లు తెలిసి కూడా మీరీ ప్రశ్న వేస్తున్నారేం? వార్తా వ్యాపారికి సంచలనాత్మక వార్తలే హాట్‌కేక్‌లు. రాజకీయ నాయకుల నుండి వివాదాస్పద ప్రకటన, సమాచారం వస్తే అది సంచలనం సృష్టిస్తుంది. ఖండన, మండనాల్లో ఏం ఆకర్షణ ఉంటుంది? ఓసారి, 'జర్నలిస్టుల్లో కొందరు నక్సలైట్లు ఉన్నారు' అని విలేకరుల సమావేశంలో ప్రకటించి, నా ప్రకటన పూర్తి పాఠాన్ని టైప్ చేయించి మరీ ఇచ్చా. ఓ దినపత్రికలో ఆ వార్త- 'జర్నలిస్టులందరూ నక్సలైట్లే' అనే శీర్షికతో మూడు కాలాల్లో ప్రముఖంగా వచ్చింది. నేను నా ప్రకటన అసలు ప్రతిని జతచేసి వార్త తప్పుగా వొచ్చిందని వెంటనే ఖండన పంపించా. ఆ తరువాత రెండు, మూడు రోజులకు- అదీ మళ్ళీ ఫోన్ చేసి అడిగితే ఖండన సింగిల్‌కాలమ్‌లో 'ఫిల్లర్'లా వొచ్చింది. దీనికి ఎవర్ని తప్పుపడతాం? దిగజారుతున్న పత్రికా విలువల్ని చూసి ఓ నిట్టూర్పు విడవడం మినహా ఏం చేస్తాం?

పార్టీకి సంబంధించి స్పెషల్ స్టోరీలు రాసే సందర్భాల్లో కొందరు విలేకరులు సమాచారం కోసం మిమ్మల్ని సంప్రదించవచ్చు. ఇలాంటప్పుడు విలేకరులకు మీ పేరు వెల్లడి కాకుండా సమాచారం అందిస్తుంటారా? అలాంటి సందర్భాల్లో మీరు చెప్పిన విషయాలకు భిన్నంగా రిపోర్టు అయిన సందర్భాలు ఉన్నాయా?

సాధారణంగా నాకు అలాంటి అవసరం లేదు. వొచ్చినా, నేను చెప్పిందానికి కొంచెం

తేడాగా వొచ్చిన సందర్భాలు ఒకటీ అరా ఉండొచ్చు. కానీ, పూర్తి భిన్నంగా రిపోర్టు అయి సందర్భాలు లేవనే చెప్పాలి.

పాత్రికేయులు, పత్రికలు కొన్ని పార్టీలను భుజాన వేసుకుని కొమ్ముకాస్తున్న ధోర చూస్తే మీకేమనిపిస్తోంది?

విలువల్ని కోల్పోతున్నారని, వలువల్ని ఊడబెరుక్కుంటున్నారని జాలి వేస్తోంది. ప్ర స్వామ్య వ్యవస్థలో పత్రికలకు విశేష ప్రాధాన్యత ఉంది. వాటిపై గురుతరమైన బాధ్య ఉంది. ఆ భారాన్ని మోస్తున్నందుకే వాటికి విలువ, గౌరవం. అయితే పాత్రికేయులు, పత్రిక నిష్పక్షపాతంగా ఉన్నప్పుడే వాళ్ళకు ఆ విలువ, గౌరవం దక్కుతాయి. అలాకాకుండా పత్రిక రాజకీయ పార్టీలకు పల్లకీలుగా, పాత్రికేయులు బోయీలుగా వ్యవహరించడంవల్ల వ విశ్వసనీయత దెబ్బతింటుంది. నిజాయితీని ప్రజలు శంకిస్తారు. అంతిమంగా అది వాళ్ళ చెరుపు చేస్తుంది. ప్రజాస్వామ్యానికి హాని కలిగిస్తుంది.

రాజకీయాల్లో జాతీయ భావాలను ప్రోదిచేసే సంకల్పంతో మీలాంటి ఆర్.ఎస్.ఎ ఫుల్ టైమర్స్ బిజెపిలో పనిచేస్తున్నారు. ఆ లక్ష్యాల సాధనలో మీరెంతవర కృతకృత్యులయ్యారు?

మొత్తం రాజకీయాలకు సంబంధించి అయితే లక్ష్యాల్య సాధనలో సఫలీకృతులు కావడ కాకపోవడం అనేవి వ్యక్తిగతంగా ఏ ఒక్కరికీ చెందవు. అవి సమిష్టి కృషి ఫలితం. రాష్ట్రా పరిమితమై చూస్తే 1983లో ఎన్టీఆర్ రాజకీయాల్లోకి రావడం, తెలుగుదేశం పార్టీని స్థాపించడ వల్ల రాష్ట్ర రాజకీయాల్లో పెనుమార్పులు వచ్చాయి. జాతీయభావనకన్నా ప్రాంతీయ భావన సామీప్యత ఎక్కువ. ఫలితంగా బిజెపి ఎదుగుదల కొంచెం కష్టమైంది. అయినప్పటికీ గడిచి 16 సంవత్సరాల కాలఖండంలో సంభవించిన పరిణామాల్ని విశ్లేషిస్తే జాతీయ పార్టీల్లో బిజె ఒక్కటే రాష్ట్రంలో కూడా నిలకడగా ఎదిగి వస్తున్నది. మిగిలిన వాటిల్లో కొన్ని పార్టీ అంతరించిపోతే, కొన్ని మరో పార్టీ ఆసరాతో మాత్రమే మనగల స్థాయికి బలహీనపడ్డాం ఆరకంగా రాజకీయ రంగంలో జాతీయ భావాలను ప్రోదిచేయడంలో మేము పురోగమిస్తున్న

బిజెపిలోకి ఇటీవలి కాలంలో ఇతర పార్టీలకు చెందిన వారు అనేకమంది వ చేరుతున్నారు. మీదేమో సిద్ధాంతాలు పునాదిగా గల పార్టీ. అనేక భావజాలాలు కలిగినవా మీ పార్టీలో ఎంతవరకు ఇమడగలరు? అందర్నీ కలుపుకు పోవాలన్న పార్టీ ఉదార వైఖ లాభమా? నష్టమా?

అందర్నీ కలుపుకుపోవడం అనేది ఉదారవైఖరి కాదు. అది ప్రజాస్వామ్య మౌలిక లక్షణ దీన్ని ఆచరించడంలో కొంతకాలహరణం జరగవచ్చేమోగాని అంతర్గత విభేదాలకు ఆస్కా ఉండదు. సంస్థాగతంగా చూస్తే అది దీర్ఘకాలిక ప్రయోజనమే. లాభ, నష్టాల సంగతి అటుంచి మనది ప్రజాస్వామిక వ్యవస్థ. ప్రజాస్వామిక విలువలకు, విధానాలకు తిలోదకాలిచ్చాక పార్టీ మన వ్యవస్థక్కూడా చెరుపు చేస్తుంది. అసలు ప్రజాస్వామ్యం పట్లే ప్రజలకు నమ్మకా పోగొడుతుంది. ప్రజాస్వామిక విధానాలను అనుసరించే పార్టీలోనే కొత్తగా వచ్చి చేరిన వా కూడా సులభంగా ఇమిడిపోతారు. అయితే, ఈ ఒక్క అంశం మీదనే 'ఇమడటం' అన

ఆధారపడిలేదు. ఇంతవరకు పార్టీలో ఉండి పనిచేస్తున్న వారంతా పార్టీ క్రమశిక్షణకు లోబడి పనిచేయడమే కొత్తవారిని ఎక్కువగా ప్రభావితం చేస్తుంది. అయినప్పటికీ కొందరు ఇమడలేకపోయే సందర్భాలు ఒకటీ, అరా ఉండవచ్చు. అందులో ఎక్కువ శాతం (ఇగో క్లాష్) వ్యక్తిగత ప్రతిష్ఠకు అధిక ప్రాధాన్యత ఇచ్చుకోవడంవల్ల జరిగేవే తప్ప సిద్ధాంతపరమైన విభేదాల వల్ల ఉత్పన్నమయ్యేవి కావు.

అట్టడుగు స్థాయిల్లో గట్టిగా పనిచేసే కార్యకర్తల బలగం మీకుంది. తుపానులవంటి వైపరీత్యాల్లో తక్షణం రంగంలోకి దిగగల పార్టీ శ్రేణులు ఉన్నాయి. ప్రజాసేవా కార్యక్రమాల్లో పాటుపడుతున్న మీ పార్టీకి ఎన్నికల్లో ప్రజాదరణ ఆ స్థాయిలో లేకపోవడానికి కారణం ఏమిటి?

పార్టీ ఆదేశాన్ని సుగ్రీవాజ్ఞగా భావించి పనిచేసే కార్యకర్త సుశిక్షితుడైన సైనికుడు. ప్రజల అవసరాలను గుర్తెరిగి వారికి అందుబాటులో ఉండి అండదండగా నిలిచే కార్యకర్త వేరు, ప్రజా నాయకుడు వేరు. ఈ రెండు లక్షణాలు ఒక్కరిలోనే ఉంటే అతడు పార్టీకి వన్నెతెచ్చే ప్రజా నాయకుడు. సైనికుల వంటి కార్యకర్తల వల్ల పార్టీ ప్రతిష్ఠ పెరుగుతుంది. పార్టీని ప్రజలు అభిమానిస్తారు. ఇప్పటివరకు పార్టీకి లభించిన ప్రజాభిమానం ఇలాంటి కార్యకర్తల కృషి ఫలితమే. అభిమానించడం వేరు. ఓటు చేయడం వేరు. దేశ జనాభాలో 50 శాతం కంటే ఎక్కువమందే అటల్జీ ప్రధాని కావాలని కోరుకున్నారు. అలా అభిమానించిన వాళ్ళందరూ బిజెపికి ఓటు వేయలేదు. ప్రజాభిమానాన్ని ఓటుగా మార్చాలంటే పంచాయతీ స్థాయినుండి ప్రజా నాయకులైన కార్యకర్తల గణం కావాలి. అవసర వేళల్లో సాయపడతారని, ఆపదల్లో అండగా నిలిచి ఆదుకుంటారని ప్రజలు విశ్వసించే స్థానిక నాయకులే ఓటరును ఎక్కువగా ప్రభావితం చేస్తారు. అభిమానంతోపాటు ప్రజల విశ్వాసాన్ని చూరగొనగల స్థానిక నాయకత్వం ఉన్నచోట ఎన్నికల్లో ప్రజాదరణ మాకు కూడా గరిష్ఠస్థాయిలో ప్రకటితమవుతున్నది. అది లేనిచోట ఆమేరకు లోటు కనిపిస్తున్నది.

కమ్యూనిజం వంటి విదేశీ సిద్ధాంతం ఒక దశలో యువతను ఉర్రూతలూగించింది. బిజెపిది దేశీయ సిద్ధాంతం అయినప్పటికీ యువతపై ముద్ర వేయడంలో వెనకబాటుతనానికి కారణం ఏమిటి?

కమ్యూనిస్టు పార్టీ, భారతీయ జనతా పార్టీ అని రెండు రాజకీయ పార్టీల ప్రభావాన్ని పోల్చడానికే మీ ప్రశ్న అయితే కమ్యూనిస్టు పార్టీ వయస్సు 80 ఏళ్ళు, బిజెపి వయస్సు 20 ఏళ్ళు. దీర్ఘకాలంగా రాజకీయాల్లో ఉన్న కేరళ, పశ్చిమబెంగాల్ మినహా దేశంలో మరెక్కడా కమ్యూనిస్టు పార్టీకి బలం లేదు. బిజెపికి ఇవాళ దేశవ్యాప్తంగా బలం ఉంది. కేంద్రంలో బిజెపి సారథ్య ప్రభుత్వం ఉంది. స్వదేశీ, విదేశీ సిద్ధాంతాల మధ్య పోలిక అయితే మనం బిజెపి పూర్వరంగంలోకి వెళ్ళాలి. జాతీయ భావాలతో, స్వదేశీపునాదిగా పనిచేసే రాజకీయ పార్టీ అవసరం ఉంది అని ఆర్.ఎస్.ఎస్ గుర్తించడం, డాక్టర్ శ్యామ్‌ప్రసాద్ ముఖర్జీ కూడా అదే ఆలోచనతో సంఘాన్ని సంప్రదించడం కారణంగా 1951లో జనసంఘ్ ఏర్పడింది. నేటి భారతీయ జనతా పార్టీకి ఇది పునాది. అయితే సామాజిక రంగాలన్నీ జాతీయభావ ప్రేరితం కావాలనే లక్ష్యంతో పనిచేస్తున్న సంస్థ ఆర్.ఎస్.ఎస్. 1925లో ఈ సంస్థ స్థాపించబడింది.

విదేశీ సిద్ధాంతం పునాదిగా ఏర్పడిన కమ్యూనిస్టు పార్టీని మన దేశంలో 1920లో స్థాపించార కమ్యూనిస్టు పార్టీకి రష్యానుండి పలు విధాల ప్రోత్సాహం, సహాయం అందిన విషయ జగమెరిగిన సత్యం. సంఘానికి విదేశీ నిధులు కాదు కదా! స్వదేశంలో కూడా విరాళాల సేకరించే పద్ధతి ఇవ్వాల్టికీ లేదు. అయినప్పటికీ సంఘం శాఖోపశాఖలుగా విస్తరించి సామాజి రంగాలన్నింటినీ ప్రభావితం చేస్తున్నది. ఆర్.ఎస్.ఎస్ కన్నా ఐదేళ్ళు ముందు పుట్టిన కమ్యూనిస పార్టీ చీలికలు పేలికలై అంతరించి పోతున్నది. ఆర్.ఎస్.ఎస్‌లోకాని, బిజెపిలో కాని అ వయసుల, తరాల నాయకులు ఉన్నారు. వెంకయ్యనాయుడు, ప్రమోద్‌మహాజన్, సుష స్వరాజ్ వంటివారంతా బిజెపిలో జాతీయ స్థాయిలో ప్రముఖులైన యువతరం నాయకుల సీతారాం ఏచూరి మినహా కమ్యూనిస్టు పార్టీల్లో యువతరం జాతీయ రాజకీయాల్లో ఏద దేశీయ సిద్ధాంతం యువతరంపై ముద్రవేయడంలో వెనుకబడి ఉంటే ఇది సంభవమేనా

ఎమర్జన్సీ రోజులకు సంబంధించి మీకు గుర్తుండిపోయిన సంఘటనలు, జ్ఞాపకాల ఏమైనా చెప్పండి.

ఎమర్జన్సీ... అదొక మరపురాని ఘట్టం. మరో స్వతంత్రపోరాటం. చెప్పాలంటే చాల ఉన్నాయ్. కానీ ఇద్దరు ప్రముఖులతో ముడిపడిన ఓ జ్ఞాపకం చెపుతా. ఇద్దరూ ఇప్పుడ లేరు. కనుక పేర్లు చెప్పడం బాగుండదు. జాతిహితం కోరేవారు, దేశ భక్తులు ఆర్.ఎస్.ఎస్‌లో కాదు, బైట కూడా ఉన్నారని మొదట్నుండీ సంఘం విశ్వసిస్తున్నది. అది యదార్థం కూడ అయితే అలాంటి వారందరికీ ఒకే ఆలోచనా ధోరణి లేకపోవడంవల్లనే స్వార్థపర శక్తుల పైచేయిగా ఉంటోందని కూడా సంఘం అభిప్రాయం. ఎమర్జన్సీ రోజుల్లో ఈ విషయ మరింత రుజువైంది.

ఎమర్జెన్సీ విధించి శ్రీమతి గాంధీ దేశాన్ని బహిరంగ జైలుగా మార్చారు. ఆమెను వ్యతిరేకిం ప్రముఖులందరి కదలికలపైనా నిఘా ఉంది. అయినప్పటికీ ఎమర్జెన్సీని వ్యతిరేకిస్తూ సంఘ ఒకవైపు సత్యాగ్రహాలు నిర్వహించింది. మరోవైపు ఎమర్జెన్సీని వ్యతిరేకించే ప్రముఖుల ఓచోట రహస్యంగా కలిపి సమావేశం నిర్వహించాలని నిర్ణయం జరిగింది. ఆ పనిలో నేన ఉత్తరాంధ్రకు చెందిన ఓ ప్రముఖ నాయకుణ్ణి, రాయలసీమకు చెందిన మరో ప్రము నాయకుణ్ణి కలిశా. మొదటి వ్యక్తి సమావేశానికి రావడానికైతే అంగీకరించారు కానీ, మా రుతో రహస్యంగా రావడానికి ఒప్పుకోలేదు. ధైర్యంతో, సాహసంతో ఎమర్జెన్సీని బహిరంగం దిరించాలని ఆయన అభిప్రాయం. కానీ, దానివల్ల అసలు సమావేశమే జరగదన్నా ఆయ ఒప్పుకోలేదు. రెండో వ్యక్తి అయితే ఇదంతా వృథా ప్రయాస, ప్రమాదం అని కొట్టిపారేశార ఇరువురూ ఎమర్జెన్సీని, శ్రీమతి గాంధీ విధానాలను వ్యతిరేకించేవారే. అయినప్పటికీ ల సాధనకు అనుసరించాల్సిన వ్యూహం పట్ల కార్యాచరణ పట్ల ఒకే ఆలోచనా ధోర లేకపోవడంవల్ల వారిద్దరూ రహస్యంగా జరిగిన ఆ కీలక సమావేశంలో పాల్గొనలేకపోయార

పార్టీ రాష్ట్ర శాఖ ప్రధాన కార్యదర్శిగా ఉన్నందున పార్టీ శ్రేణులనుంచి విభిన్న సమస్యల మీ ముందుకు వస్తుంటాయి. వాటిని మీరు ఎలా వీక్షిస్తారు?

తనదైన పద్ధతిలో మా పార్టీ నడవటానికి కథదెన (ల్యూబ్రికెంట్) లాంటి వాణ్ణేగాని, నే

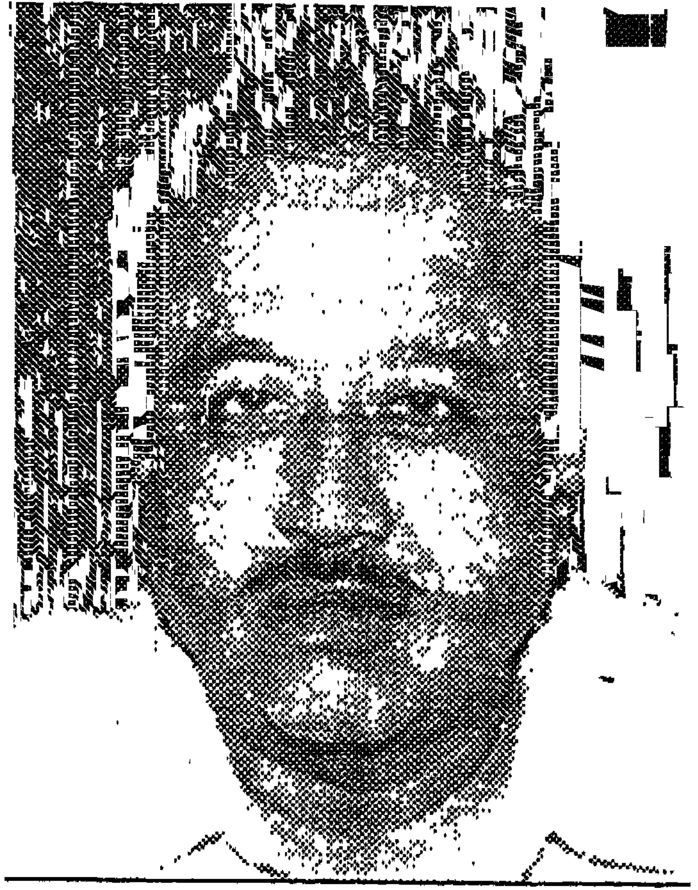
చలనశక్తినీ కాదు, చోదకుణ్ణీ కాదు. కనుక నా ముందుకు వచ్చిన సమస్యల్ని మా పార్టీ సంప్రదాయానుసారంగా, ఏర్పాటైన వ్యవస్థలద్వారా పరిష్కారం అయ్యేందుకే కృషి చేస్తాను.

ఇన్ని వ్యవహారాల మధ్య ప్రశాంత చిత్తంతో ఉండటం వెనుక మీ దృక్కోణం ఎలాంటిది?

అలా ఉంటానా! నాకైతే నేనెప్పుడూ 'టెన్షన్'గా ఉంటాననే అనిపిస్తుంది.... కానీ, దాని ప్రభావం ఎదుటి వ్యక్తులమీదకు ప్రసరించకుండా అదుపు చేసుకోగల శక్తి ఉండటం, చేసుకుంటూ ఉండటంవల్ల మీకు అలా అనిపిస్తుందేమో! మీరడిగాక ఆలోచిస్తే... వ్యక్తులపట్ల రాగ, ద్వేషాలు లేకపోవడంవల్ల అలా ఉండగలుగుతున్నానేమో అనిపిస్తున్నది. అంతకు మినహా విశేషం ఏమీ లేదు.

మా ఉద్యమాల కవరేజి తక్కువగా ఉంటోంది

సి.పి.ఐ. రాష్ట్రశాఖ కార్యదర్శి శ్రీ సురవరం సుధాకర్‌రెడ్డితో ఇంటర్వ్యూ



విద్యార్థి దశలోనే అందివచ్చిన అపురూప అవకాశాలతో అనుభవాలను పండించి రాణింపునకు వచ్చారాయన. సెన్సాఫ్ హ్యూమర్ మెండుగా ఉన్న ఆయన అందరితో కలివిడిగా ఉంటారు. ఆయనే సి.పి.ఐ రాష్ట్ర శాఖ కార్యదర్శి సురవరం సుధాకర్‌రెడ్డి. మహబూబ్‌నగర్ జిల్లాకు చెందిన ఆయన తాత సురవరం ప్రతాపరెడ్డి వారసత్వాన్ని పుణికిపుచ్చుకున్నారు. చిన్నవయసులోనే ఎ.ఐ.ఎస్.ఎఫ్‌కు అఖిలభారత ప్రధాన కార్యదర్శి పదవీ బాధ్యతలు నిర్వర్తించారు. ఆ తదుపరి ఇంటర్నేషనల్ స్టూడెంట్స్ యూనియన్ (ఐ.ఎస్.యు)కు ఉపాధ్యక్ష హోదాలో వివిధ దేశాల్లో విస్తృతంగా పర్యటించారు. పార్టీ సీనియర్ నాయకులకంటే కూడా విద్యార్థిగా ఉండి అనుభవం గడించారు. దేశంలోని అగ్రశ్రేణి కమ్యూనిస్టు నాయకులతో సన్నిహిత పరిచయాలున్న సుధాకర్‌రెడ్డి పార్లమెంటులో ప్రజల వాణికి దర్పణం పట్టారు. కలకత్తాలోని ప్రెసిడెన్సీ జైలులో కొంతకాలం జైలుశిక్ష అనుభవించారు. రాజకీయ స్వలాభాపేక్ష లేని ఆయన తీరిక చిక్కినప్పుడల్లా పుస్తక పఠనంలో నిమగ్నులవుతారు. తాను వ్యతిరేకించే పార్టీల సిద్ధాంతాలను సైతం క్షుణ్ణంగా అవగాహన చేసుకోవటానికి పరిశ్రమిస్తారు. ఇతరులను విమర్శించాలంటే ఆ విషయం లోతుపాతులు తెలిసివుండాలన్నది సురవరం దృక్పథం. రాజకీయ శిక్షణ తరగతుల్లోనూ, సభావేదికలపైన తను చెప్పదలచుకున్న విషయాన్ని సరళంగా హృదయానికి హత్తుకునేలా చెప్పగల వక్త ఆయన. విలేకరుల సమావేశాల్లో ఎటువంటి ఇబ్బందికరమైన ప్రశ్న ఎదురైనా ఏమాత్రం తొణక్కుండా సమాధానం చెప్పగల వాకచక్యం ఆయనకు ఉంది. ఇటు పార్టీ వ్యవహారాలనుంచి అటు మీడియా సంబంధాలవరకూ నిర్మొహమాటంగా తన అభిప్రాయాలను ఈ ఇంటర్వ్యూలో వ్యక్తం చేశారు.

మీ పార్టీకి సంబంధించి మొత్తంమీద జనమాధ్యమాల మద్దతు ఎలా ఉంది?

మొత్తంమీద చూస్తే బానేవుంది. కానీ మాపట్ల పత్రికల్లో ఒరకమైన భావన ఉంది. కమ్యూనిస్టులు ఆందోళనకు దిగటం సహజం. ఆ ఆందోళన వార్తా పత్రికల్లో ప్రచురించటం అనవసరం అనే భావన కొందరిలో ఉంది. కాంగ్రెస్ పార్టీ వాళ్ళు ఒకచోట ధర్నా చేస్తే వచ్చే కవరేజి రాష్ట్రమంతటా మేం ఆందోళన చేసినా రావటం లేదు. అయితే పత్రికలవాళ్ళు కావాలని మమ్మల్ని తక్కువ చేస్తున్నారని నేను అనటంలేదు.

మీడియా సంబంధాలను పెంపొందించటంలో మీరు అనుసరిస్తున్న పద్ధతులు ఏమిటి?

సమయ పరిమితులవల్ల మీడియా సంబంధాలను ప్రత్యేకంగా పోషించడంలేదు. వ్యక్తిగతమైన సంబంధాలకంటే జనరల్ సంబంధాలే ఎక్కువ. ప్రత్యేకించి ఫోన్‌చేసి పిలవకపోయినా ప్రతిరోజూ ఎవరో ఒకరు విలేకరి వస్తూనే ఉంటారు. వారికి కావలసిన విషయాలు చెప్తూనే ఉన్నాం.

ఏ సందర్భాల్లో పత్రికా ప్రకటనను మాత్రమే విడుదల చేస్తుంటారు?

రోజువారీ అంశాలమీద పత్రికా ప్రకటనలు జారీచేస్తుంటాం. పార్టీలైన్‌ను ప్రత్యేకంగా వివరించాలనుకున్నప్పుడు, కొన్ని అంశాలపై మరింత స్పష్టత కలిగించాలనుకున్నప్పుడు, ముఖ్యమైన రాజకీయ పరిణామాలు చోటు చేసుకున్నప్పుడు విలేకరుల సమావేశాన్ని నిర్వహిస్తున్నాం. ఈ సమావేశాలను ఈమధ్య ఎక్కువ చేశాం. ఇది కూడా విలేకరులతో సత్సంబంధాలకు దోహదపడుతోంది.

జర్నలిస్టుల్లో కమ్యూనిస్టు సానుభూతిపరులు ఉన్నారా? ఉంటే అది మీ పార్టీ ప్రచారానికి ఏవిధంగా ఉపకరిస్తోంది?

జర్నలిస్టుల్లో కమ్యూనిస్టు సానుభూతిపరులు లేరు. కమ్యూనిజం అంటే అభిమానం, గౌరవం ఉన్నవాళ్ళు ఎక్కువ ఉన్నారు. దీనికిమించి జర్నలిస్టుల్లో డెమొక్రటిక్‌గా ఉండేవాళ్ళు ఉన్నారు. పత్రికలమధ్య పోటీ పెరగడంతో అన్ని వార్తలు కవర్ చేస్తామన్న అభిప్రాయం కల్గించడం వల్ల గతంలో మాదిరి వార్తలను నిర్దాక్షిణ్యంగా కత్తిరించటం తగ్గింది. అయినా వార్తల కవరేజి విషయంలో మాకు రావలసిన వాటా మాకు రావటం లేదు. ముందు చెప్పినట్లు ఆందోళనలు వంటి కార్యక్రమాలు అవి జరిగిన స్థాయిలో పత్రికల్లో ప్రతిబింబించడం లేదు.

మీరు ఎక్కడైనా ప్రసంగించేటప్పుడు పత్రికలకు పనికొచ్చే పాయింట్లను ప్రత్యేకించి హైలైట్ చేసి చెప్పటం వంటివి చేస్తారా?

ఎక్కడికైనా వెళ్తే ఆ ప్రాంత సమస్యలను హైలైట్ చేయటం తప్ప, మీడియా అవసరాలన దృష్టిలో పెట్టుకుని మాట్లాడటం ఇంకా అలవాటు కాలేదు. వారి అవసరాలు, డెడ్‌లైన్స్ దృష్టిలో పెట్టుకోవటం అవసరం కూడా. సాధారణంగా సాయంత్రంపూట పార్టీ సమావేశాల జరపటం అలవాటు. ఆలస్యంగా సమావేశం నిర్వహిస్తే మరో యాభైమంది వచ్చే అవకాశం ఉంది. కానీ ఐదు గంటలలోపు సమావేశం పూర్తి చేయగలిగితే ఆ వార్త ప్రముఖంగా కవర్ అయ్యే అవకాశాలున్నాయి. సమావేశంలో ఎంతమంది పాల్గొన్నారు అనే విషయం కన్నా, ఎంతమంది పాఠకుల దగ్గరకు ఆ సమావేశ వార్త చేరిందన్నది ఆలోచించాల్సిన అవసరం ఏర్పడింది. భవిష్యత్తులో పత్రికల అవసరాలను మరింతగా పట్టించుకోవాలనుకుంటున్నాం.

ఎలక్ట్రానిక్ మీడియాతో సంబంధాలు ఎలా ఉన్నాయి?

పార్టీ కార్యదర్శి స్పోక్స్‌మన్‌గా వ్యవహరించడమనేది మొదటినుంచీ మా పార్టీ పద్ధతి. కానీ ఇప్పుడు ఎలక్ట్రానిక్ మీడియా రాకతో దీనికి కాలం చెల్లింది. టీవీ ఛానెల్స్‌లో ఒక్క కార్యదర్శే కాకుండా మరింతమంది పార్టీ నాయకులు మాట్లాడేలా ప్రోత్సహిస్తున్నాం. ఇందువల్ల పలువురు నాయకులు ఫోకస్‌లోకి రావటంతో పాటు మరింత సమాచారం వెలికి వచ్చే

వీలుంది. మేం ఏర్పాటు చేసే ప్రతి విలేకరుల సమావేశానికీ టీవీ ఛానెల్స్ వారిని కూ అహ్వానిస్తున్నాం. అలాగే ప్రత్యేక ఇంటర్వ్యూలు, సభలు, సమావేశాలకు కూడా పిలుస్తున్నా

ఓసారి ఒక టీవీ ఛానెల్‌తో ఎదురైన అనుభవాన్ని మీకు చెప్తాను. ఓ ఛానెల్‌వారు వ నా ఇంటర్వ్యూ రికార్డు చేసుకెళ్ళి ప్రసారం చేశారు. ఆ ఇంటర్వ్యూను నేను చూడట కుదరలేదు. ఓ మిత్రుడు ఫోన్ చేసి రాష్ట్రంలో తృతీయ ఫ్రంట్‌కు సంబంధించి ప్రశ్న అడిగి సందర్భంలో మీరేమిటి విరగబడి నవ్వారు? అని అడిగాడు. నేను ఆశ్చర్యపోయాను. వే సందర్భంలో నవ్వినప్పుడు తీసిన దృశ్యాన్ని తృతీయఫ్రంట్ ప్రశ్నతో ముడిపెట్టి చూపడంవ జరిగిన పొరపాటు ఇది. టీవీ ఛానెల్స్‌వారు ఎడిటింగ్‌లో శ్రద్ధ తీసుకోకపోతే మన ప్రమేయ లేకుండానే అనర్థాలు జరుగుతాయని చెప్పటానికే ఈ ఉదాహరణ.

పార్టీ సిద్ధాంతాలకు బలీయమైన వేదికగా విశాలాంధ్ర దినపత్రిక పాదుకోలేకపోవటాని కారణాలు ఏమిటి?

మా పార్టీ సభ్యత్వంలో 70 శాతం మంది వ్యవసాయ కార్మికులు. మిగిలిన వా వ్యవసాయేతర రంగాలకు చెందిన వారు. చదువుతోపాటు పత్రిక కొనగలిగే ఆర్థిక స్థోమ 20 శాతానికి మించి లేదు. ఇదిలావుంటే పంపిణీ సమస్యల కారణంగా లోకల్ ఎడిషన్లకు ఎడ్వాంటేజ్‌ని మేం పొందలేకపోతున్నాం. విశాలాంధ్ర పత్రిక చదవాలన్న కుతూహలం వున్నవా సైతం వారు చదివే పత్రిక కాకుండా అదనంగా విశాలాంధ్రను కొనలేకపోతున్నారు. అయి విశాలాంధ్ర పత్రికకు విశ్వసనీయత బాగా ఉంది. పార్టీకి సంబంధించిన అంశాలు మ పత్రికలో వస్తేగానీ వాటిని నమ్మటంలేదు. పరిమితులు ఉన్నప్పటికీ ఎడిషన్ల విస్తరణక కృషి జరుగుతోంది.

విశాలాంధ్ర పబ్లిషింగ్ హౌస్ కేవలం పార్టీ సాహిత్యానికే పరిమితం కాకుండా అన్నిరకా పుస్తకాలు విక్రయించటానికి కారణమేమిటి?

సెక్స్ పుస్తకాలు, మూఢ విశ్వాసాలను పెంచే పుస్తకాలు విశాలాంధ్రలో అమ్మకూడద నిర్ణయం తీసుకున్నాం. మిగిలిన పుస్తకాలను ఏ వివక్ష లేకుండా విక్రయిస్తున్నాం. తెలుగుల అభ్యుదయ రచనలను బాగా ప్రాచుర్యంలోకి తెచ్చిన ఘనత విశాలాంధ్ర ప్రచురణాలయాని దక్కుతుంది. సైన్స్, సాహిత్యం, పరిశోధనా వ్యాసాలను ఎక్కువగా ప్రచురించింది కూడ మేమే. ఆంధ్రప్రదేశ్ దర్శినివంటి ప్రామాణిక జనరల్ నాలెడ్జి పుస్తకాలనూ వెలువరిస్తున్నాం ందు మూడేళ్ళకోసారి విధానాలను సమీక్షించుకుని అవసరమైన మార్పులతో ముందుకు ాగుతున్నాం. విమర్శలను స్వీకరించే పద్ధతిలో మార్పులు రావలసిన అవసరం ఉంది నిద్రపోతున్న కమ్యూనిస్టులు అంటూ ఓ పత్రికలో విమర్శనాత్మకంగా వ్యాసం రాశారు. ఆ వ్యాసం చదివిన నేను అదే పత్రికకు తగురీతిలో జవాబిస్తూ వ్యాసం రాస్తే ప్రచురించారు. నా వ్యాసం చదివిన పాఠకులు స్పందిస్తూ ఉత్తరాలు కూడా రాశారు.

శ్రమజీవుల పక్షాన నిలిచి పోరాడే కమ్యూనిస్టు పార్టీలు వారి మద్దతును ఎన్నికల్లో ఓట్లుగా ఎందుకు మలుచుకోలేకపోతున్నాయి?

ప్రధాన ప్రతిపక్షంగా మేం పనిచేసినప్పటికీ ఇప్పటికీ ఎంతో తేడా ఉంది. గత నలభై,

యాభై ఏళ్ళకాలంలో వచ్చిన మార్పులు పరిణామక్రమానికి ఊతం అయ్యాయి. భూస్వామ్య వ్యవస్థలో కమ్యూనిస్టు పార్టీని శ్రామిక ప్రజల ఏకైక పార్టీగా గుర్తించారు. పెట్టుబడిదారీ వ్యవస్థలో సామాజిక పరివర్తన ప్రారంభమయ్యాక పేద వర్గాలకు కొత్త అవకాశాలు, మార్గాలు కనబడుతున్నాయి. ఒకప్పుడు గ్రామంలో కూలీ చేస్తేకానీ బతుకు తెరువు ఉండేది కాదు. ఇప్పుడు గ్రామాల్లో ఉపాధికి ఇబ్బంది అయితే మండల కేంద్రాలకు తరలివస్తున్నారు. గతంలోమాదిరి పేద ప్రజలు సంఘటితంగా ఉండలేకపోతున్నారు. కొత్తచోట పూర్వంలా పార్టీతో సంబంధాలను కొనసాగించలేకపోతున్నారు.

ఇక రెండో విషయం- మేం భూమికోసం పోరాటాలు సాగించాం. అయితే భూమిని ఇప్పించగలిగినా, విద్యుత్, రుణాలు వంటి ఇతర సౌకర్యాలు వారికి కల్పించటం మాకు సాధ్యం కాలేదు. వీరి అవసరాలను ఒక స్థాయిలో తీర్చగలిగాం. ఆ తదుపరి దశలో ఎదురైన అవసరాలను ఇతర పార్టీల ద్వారా తీర్చుకునే అవకాశం ఏర్పడింది. అవసరాలు మారటంతో ఆ అవసరాలను తీర్చే పార్టీలవైపు చూడటం, వారినుంచి సహాయం పొందటం తప్పనిసరి అయింది. కొత్తతరం వారు ఏ పార్టీద్వారా తమ ప్రయోజనాలు నెరవేరుతాయో ఆ పార్టీ దిశగా సమీకృతమయ్యేందుకు ప్రయత్నిస్తున్నారు. గ్రామాల్లో పేదవర్గాలకు ఇళ్ళస్థలాలు, రుణాలు వంటివి ఇప్పించటంద్వారా అధికార పార్టీ తమవైపు తిప్పుకునే ప్రయత్నం చేస్తోంది. ప్రజలను అవకాశవాదులని నేను అనటం లేదు. మౌలికంగా ఫలానా పార్టీలోనే ఉండాలన్న చైతన్యాన్ని, మెరుగైన ప్రత్యామ్నాయాన్ని సృష్టించలేకపోయాం. అధికార పార్టీలు ప్రజల తాత్కాలిక అవసరాలను తీరుస్తూ, వారిని ప్రలోభంలో ఉంచటం శాశ్వతంగా ఉపకరించే చర్యకాదు. గిట్టుబాటు ధరలేకుండా రైతు మనలేడు. అప్పుడు వర్గ పోరాటం అనివార్యం అవుతుంది. ఏదిఏమైనా ఇదో పరిణామ దశ.

ఈ యాభై ఏళ్ళలో కమ్యూనిస్టు ఉద్యమాల సాఫల్య, వైఫల్యాలు ఏమిటి?

పేద ప్రజల సంక్షేమం, సామాజిక బాధ్యత. దీనికి అన్ని పార్టీలు నిబద్ధమయ్యేలా చూడగలిగాం. గ్రామీణ పేదలకు సాంఘిక సంక్షేమ కార్యక్రమాలు చేపట్టడం, ఎనిమిది గంటల పనిదినానికి రాజ్యాంగ రక్షణ, ఉద్యోగ భద్రత వీటన్నిటి క్రెడిట్ మాదే. ఇప్పుడివి కమ్యూనిస్టు నినాదాలు కావు. బిజెపి సహా అన్ని పార్టీలు పేదలు, బడుగు వర్గాలకోసం పాటుపడాల్సిన పరిస్థితుల్ని కల్పించిన ప్రధాన ఘనత కమ్యూనిస్టు ఉద్యమాలదే. ఇక వైఫల్యాల విషయానికి వస్తే ప్రధాన ప్రతిపక్ష స్థాయిని నిలబెట్టుకోలేకపోయాం. దేశవ్యాప్తంగా వామపక్ష పార్టీల పట్ల ఉన్న సానుభూతి అభిమానం, జనరల్ ఇమేజ్‌కి తగ్గట్లు పార్టీ నిర్మాణం చేసుకోలేదు. మా విజయాలు, మా సంస్థాగత నిర్మాణం కంటే ప్రజల్లో మాకున్న ఇమేజ్ చాలా పెద్దది.

కమ్యూనిస్టు పార్టీల్లోనూ అగ్రకుల ఆధిపత్యం కొనసాగటానికి కారణమేమిటి?

మా పార్టీలో ఎప్పుడూ కులాల ప్రసక్తి రాలేదు. స్వాతంత్ర్యానికి ముందు విద్యావంతులు ముందుగా చైతన్యవంతులై పార్టీ పట్ల ఆకర్షితులయ్యారు. ఈ కారణంగా మొదటితరం కమ్యూనిస్టుల్లో బ్రాహ్మణులు ఎక్కువగా ఉండేవారు. ఇక రెండో తరంలో ఆనాడు శూద్రులుగా పిలిచే సెక్షన్లనుంచి పార్టీలోకి వచ్చారు. సాధారణంగా హోల్‌టైమర్స్ పార్టీ నాయకులు అవుతారు.

వీరు ఎక్కువగా మధ్యతరగతి నుంచి వచ్చారు. సమాజంలోని వివిధ వర్గాలకు సముచిత ప్రాధాన్యం కల్పించటానికి కృషి జరుగుతోంది.

మార్క్సిజాన్ని పక్కనపెడితే రష్యాలోగానీ, చైనాలోగానీ వారికే ప్రత్యేకించిన జానపద కళారూపాలు ఉన్నాయి. ఈ నేపథ్యంలో భారతీయ వారసత్వాన్ని, సంప్రదాయాలను, విలువలను ఇక్కడి కమ్యూనిస్టు పార్టీలు ఏమేరకు పెంచి పోషిస్తున్నాయి?

ఏ దేశ వారసత్వాన్ని ఆ దేశ ప్రజలు అభిమానిస్తారు, గౌరవిస్తారు. బుర్రకథను బతికించే ప్రయత్నం వృధా అని అందరూ పెదవి విరిచిన తరుణంలో ఆ కళారూపాన్ని పునరుద్ధరించిన ఘనత కమ్యూనిస్టులదే. అలాగే హరికథను కూడా ఉపయోగించుకున్నాం. జానపదగేయాలు, పాటలను సేకరించిందీ మేమే. సంప్రదాయంలోని మంచిని పెంచి పోషించటానికి ఎప్పుడూ ప్రయత్నిస్తున్నాం. ఇదే సమయంలో జోగినీ వ్యవస్థ వంటి దురాచారాలను గట్టిగా ప్రతిఘటిస్తున్నాం.

శాస్త్రీయ దృక్పథం పెరిగిన ఈ రోజుల్లో సైతం దేవుడి ప్రాబల్యం పెరిగిపోవటానికి కారణమేమిటి?

మతం అనేదాన్ని మూడు శ్రేణులుగా వర్గీకరించుకోవచ్చు. మొదటి శ్రేణి- మతం రక్తగతమై ఉంటుంది. పుట్టుకతోనే హిందువుగానో, ముస్లింగానో జన్మిస్తారు. మతం అనేది జీవన విధానంలో భాగంగా మిళితమై ఉంటుంది. పండుగలు వగైరాలతో ముడిపడి ఈ మతసంప్రదాయాలు కొనసాగుతున్నాయి. 99 శాతం ప్రజలు ఈ శ్రేణిలోకి వస్తారు. మత కార్యక్రమాలే ప్రధాన కర్తవ్యంగా భావించేవారు రెండో శ్రేణిలోకి వస్తారు. అయ్యప్పస్వాములు వగైరాలను ఈ సందర్భంగా పేర్కొనవచ్చు. మేం దీన్ని కూడా వ్యతిరేకించడం లేదు. గోదావరి, కృష్ణ పుష్కరాల సందర్భంగా మా కార్యకర్తలను పంపి యాత్రికులకు సేవలందిస్తున్నాం. అలాగే మేం స్వయంగా జాతరలను నిర్వహించకపోయినా ప్రజలకు సౌకర్యాలు కల్పించటంలో ముందుటున్నాం. ఇదే సమయంలో జంతుబలిని వ్యతిరేకిస్తున్నాం.

ఇక మూడో శ్రేణి- మత దురభిమానులు, ఇతర మతాల పట్ల విద్వేషం కలిగి ఉంటారు. ఈ సెక్షన్ చాలా చిన్నది. ఇస్లాం, హిందూ మతాలు రెంటిలోనూ ఈ దురభిమానులు ఉన్నారు. వీరు మతాన్ని ఆయుధంగా వాడుకోచూస్తున్నారు. ఇలా మతోన్మాదాన్ని రెచ్చగొట్టే వాళ్ళలో మతం పట్ల భక్తిభావం ఉన్న వాళ్ళు తక్కువ. ఏ దేశంలోనైనా మైనారిటీ మతోన్మాదం కంటే మెజారిటీ మతోన్మాదం ప్రమాదం.

అందరికీ అందుబాటులో రేడియో

విజ్ఞాన ప్రచార సాధనాలైన పుస్తకాలు, పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్, వీడియో, చలన చిత్రాలు మొదలైన వాటిలో రేడియో పాత్ర గణనీయమైనది. అందరికీ అందుబాటులో కలది. అశేష ప్రజానీకపు ఆదరణ, అభిమానాలను అందుకొన్నది. రేడియో ప్రసారాల వలన వ్యక్తిలో జ్ఞానం పెరుగుతుంది. వివేచనా శక్తి, విషయజ్ఞత వృద్ధమవుతుంది. ఎలాగూ ప్రసారాలలో వినోదం ఒక భాగంగా ఉంటూనే ఉంటుంది.

- డాక్టర్ వెలగా వెంకటప్పయ్య

ప్రజలదారి ప్రజలది, పత్రికల దారి పత్రికలది

సి.పి.ఎం. రాష్ట్రశాఖ కార్యదర్శి శ్రీ బి.వి.రాఘవులుతో ముఖాముఖి



చిన్న నాటినుంచి అభ్యుదయ భావాలు, శాస్త్రీయ దృక్పథం ఆయనకు వంటబట్టాయి. సైన్స్ విద్యార్థి అయినా తెలుగులో అభ్యుదయ సాహిత్యాన్ని మక్కువగా చదివేవారు. పుట్టి పెరిగింది కాంగ్రెస్ కుటుంబం. ఆ కుటుంబంలోని ఉదార సంప్రదాయాలు కూడా ఆయన వ్యక్తిత్వాన్ని రూపుదిద్దడంలో ప్రధాన పాత్ర పోషించాయి. ఉదాత్త ఆశయాలతో స్వాతంత్ర్యోద్యమంలో పనిచేసిన వారు ఆయనకు గురువులుగా లభించారు. ఈ అన్నింటి ప్రభావాల సమాహారమే శ్రీ బి.వి.రాఘవులు. ప్రకాశం జిల్లా పెద్దమోపాడులో జన్మించిన బొడపాటి వీరరాఘవులు సి.పి.ఎం.లో అంచలంచెలుగా ఎదిగి ప్రస్తుతం పార్టీ రాష్ట్రశాఖ కార్యదర్శిగా బాధ్యతలు నిర్వహిస్తున్నారు.

శ్రీ బి.వి.రాఘవులు కందుకూరు హైస్కూల్‌లో పదో తరగతి చదివారు. ఆరోజుల్లోనే నండూరి రామమోహన్‌రావు నరావతారం, విశ్వరూపం సీరియల్స్ ఆయన్ను విశేషంగా ఆకట్టుకుని శాస్త్రీయ ఆలోచనలకు పునాది వేశాయి. గుంటూరు ఎ.సి.కాలేజీలో ఇంటర్ చదివాక బాపట్ల వ్యవసాయ కళాశాలలో ఎగ్రికల్చర్ బి.ఎస్.సి.లో చేరారు. కారణాంతరాల వల్ల ఈ కోర్సును శ్రీ రాఘవులు పూర్తి చేయలేదు. కావలి కాలేజీలో బి.ఎ.లో చేరారు. డిగ్రీ పరీక్షల చివరి రోజున దేశంలో ఎమర్జన్సీ విధించారు. పరీక్షలు పూర్తికాగానే పార్టీ తరఫున పూర్తికాల కార్యకర్తగా పనిచేయడానికి రాఘవులు నెల్లూరు వెళ్ళారు. ఎమర్జన్సీలో కొందరు నాయకులను అరెస్టు చేయగా మరికొందరు అజ్ఞాతంలోకి వెళ్ళారు. దీంతో కార్యాలయంలోనే ఉండి ఆయన కార్యకలాపాలు సాగించారు. ఎమర్జన్సీ సమయంలోనే రాఘవులును విశాఖపట్నానికి పంపారు. అక్కడ విద్యార్థి ఉద్యమాన్ని నిర్మించారు. విశాఖలో ఇంగ్లీషు డిప్లమా చేసి ఎం.ఎ. హిస్టరీలో చేరారు. 1981 డిసెంబర్ వరకు విద్యార్థి సంఘం నాయకుడిగా వ్యవహరించారు. ఎం.ఎ. పూర్తయ్యాక రిసెర్చి స్కాలర్‌గా చేరారు. అప్పుడే ఎస్.ఎఫ్.ఐ. రాష్ట్ర అధ్యక్షుడిగా శ్రీ రాఘవులు పనిచేశారు. ఆ సమయంలో విశాఖ పార్టీ కార్యదర్శి అనారోగ్యంతో చనిపోవడం, కొత్త కార్యదర్శి కూడా రోడ్డు ప్రమాదంలో మరణించటంతో 'రిసెర్చి' కట్టిపెట్టి విశాఖ పార్టీ కార్యదర్శి బాధ్యతలను ఆయన చేపట్టారు. 1994 అక్టోబర్‌లో రాష్ట్ర సి.ఐ.టి.యు. ప్రధాన కార్యదర్శి అయ్యారు. 1997 డిసెంబర్‌లో నల్లగొండలో జరిగిన పార్టీ మహాసభల్లో పార్టీ రాష్ట్ర కార్యదర్శిగా ఎన్నికయ్యారు.

ఆంధ్ర యూనివర్శిటీలో చదివేరోజుల్లో పరిచయమైన ఎస్.పుణ్యావతిని శ్రీ రాఘవులు పెళ్లి చేసుకున్నారు. శ్రీమతి పుణ్యావతి మహిళాసంఘం రాష్ట్ర ప్రధాన కార్యదర్శిగా బాధ్యతల నిర్వర్తిస్తున్నారు. రాఘవులు దంపతులకు కుమార్తె ఉన్నారు. ఆమె డిగ్రీ చదువుతున్నారు. పితృస్వామ్య వ్యవస్థలో పురుషుడు ఎక్కువ బాధ్యతను, స్త్రీ ఎక్కువ పాత్రను పోషించాల్సి వస్తుందని శ్రీ రాఘవులు అన్నారు. మహిళలపై సంప్రదాయక ఒత్తిళ్ళు అనేకం ఉంటాయి. దానికి భిన్నంగా మగవారు చొరవ తీసుకుని మహిళలకు వెసులుబాటు కల్పించాలని దాంపత్య సంబంధాలపై అడిగిన ప్రశ్నకు సమాధానంగా చెప్పారు.

సి పి ఎం రాష్ట్ర కార్యదర్శిగా శ్రీ రాఘవులు రాజకీయ పరిణామాలు, ప్రభుత్వ విధానాలపై దృష్టి నిలిపి ఆయా విషయాలపై పార్టీ వైఖరిని స్పష్టం చేస్తున్నారు. ప్రజల సమస్యలను దృష్టిలో పెట్టుకుని ఉద్యమాల నిర్మాణానికి కూడా ఆయన పాటుపడుతున్నారు. పార్టీ కార్యదర్శిగా భిన్న మనస్తత్వాలు, వ్యక్తిత్వాలు గలవారిని కలుపుకు పోవటానికి, పార్టీ వేదికల్లో సంపూర్ణ చర్చ జరగటానికి ఆయన దోహదపడుతున్నారు. మీడియా ఆధిపత్యాన్ని అధిగమించడానికి మార్గాలు అన్వేషించాల్సిన అవసరం ఉందని శ్రీ రాఘవులు అభిప్రాయపడ్డారు. సాంకేతిక అభివృద్ధితోపాటు నెలకొంటున్న ఇతర అవాంఛనీయ పోకడలను అరికట్టాలన్నారు. పత్రికలు ప్రజాదృక్పథంతో మెలగాలని హితవు చెప్పారు. పత్రికా రచయితల పోకడల నుంచి పార్టీ విషయాలవరకూ తన అభిప్రాయాలను శ్రీ బి.వి.రాఘవులు ఈ ఇంటర్వ్యూలో నిర్మొహమాటంగా వ్యక్తం చేశారు.

మీ పార్టీ వార్తల కవరేజికి సంబంధించి మొత్తంమీద ప్రచార సాధనాల వైఖరి ఎలా ఉంది?

ప్రధాన పత్రికలు ప్రజల దృక్పథంకన్నా ఆయా నాయకులు, వ్యక్తుల దృక్పథంతో పనిచేస్తున్నాయి. సందర్భం ప్రముఖంకాకున్నా, ఓ ప్రముఖ నేత అంతగా ప్రాధాన్యంలేని విషయాలు చెప్పినా ప్రముఖంగా ప్రచురిస్తున్నారు. ప్రజాసమస్యలకు సంబంధించి పత్రికలు ప్రాధాన్యం ఇవ్వకపోవటం కొట్టొచ్చినట్లు కనిపిస్తోంది. పెద్ద పార్టీ, చిన్నపార్టీ అని గిరిగీసుకుని పత్రికలు పనిచేస్తున్నాయి. చిన్నపార్టీ ఆధ్వర్యంలోజరిగిన పెద్ద ఘటనకు కూడా తక్కువ ప్రాధాన్యం ఇస్తున్నాయి. ప్రచార సాధనాలలో స్పష్టంగా కన్పించే ప్రధాన బలహీనత ఇది.

సి.పి.ఎం. విషయంలో కూడా ఉద్యమానికి ప్రాధాన్యం ఇవ్వకుండా నేతకు ప్రాధాన్యం ఇస్తున్నారు. ప్రత్యక్ష కార్యాచరణకు, ప్రజల ఆకాంక్షలు, ఆశయాలకు సంబంధించి కవరేజి తక్కువగా ఉంటోంది. మీడియాలో ప్రజలకు ఫోకస్‌లేదు. ప్రధాన పత్రికల యాజమాన్యాల్లోనూ, ఆ పత్రికల నిర్ణాయక సిబ్బందిలోనూ ఓరకమైన ఎలిటిస్ట్ దృక్పథం కానవస్తోంది. ఆ రోజున అధికారంలో ఉన్నవాళ్ళు, ప్రాధాన్యం సంతరించుకున్న వారికి మాత్రమే పెద్దపీట వేసే తక్షణ దృక్పథంవల్ల కోట్లాది ప్రజల వాణి మరుగున పడిపోతోంది. కళ్ళకు కనపడేవాటిని, చెవులకు వినపడేవాటిని మీడియా గమనించటంలేదు. సమాజ విశాల ప్రయోజనాలను మీడియా ఉపేక్షిస్తోంది.

మీ అనుభవంలో- పత్రికలు సత్యనిష్ఠతో పనిచేస్తున్నాయని భావిస్తున్నారా?

పత్రికల్లోనూ, టీవీ ఛానెల్స్‌లోనూ వాస్తవాలను వక్రీకరించటం, మసిపూసి మారేడుకాయ

చేయటం అనేది ప్రస్ఫుటంగా కనిపిస్తోంది. ఈ వక్రీకరణకు కొంతమంది వ్యక్తుల లోపం ఒక కారణం కాగా పక్షపాత వైఖరి రెండో కారణం. పత్రికా సంపాదకులు ప్రతివార్తనూ అన్ని కోణాల్లోంచి పరిశీలించి వక్రీకరణలను తొలగించడం ఆచరణ సాధ్యంకాదు. పత్రిక అనుసరించే విధానం కారణంగా కూడా వార్తల్లో వక్రీకరణలు చోటు చేసుకుంటున్నాయి. ఆ పత్రికల సంపాదకీయాలు ఇందుకు మచ్చుతునకలు. సెలక్టివ్ రిపోర్టింగ్, సెలక్టివ్ కాప్షన్స్ కూడా ఒక విధమైన వక్రీకరణ కిందకే వస్తుంది. ఇక్కడ నాకెదురైన అనుభవాన్ని చెబుతాను. ప్రపంచ బ్యాంక్ రుణాలపై మా పార్టీ ఓ సదస్సు నిర్వహించింది. ప్రపంచబ్యాంక్ వారి స్ట్రక్చరల్ ఎడ్జస్ట్‌మెంట్ రుణాలను మేం వ్యతిరేకిస్తున్నాం. ఈ సదస్సులో పాల్గొన్న నేను ఆ విషయాన్ని స్పష్టం చేశాను. ఈ సందర్భంగా మాట్లాడుతూ అప్పుతెచ్చుకున్నా తప్పులేదు. ప్రతి అప్పుకూ మేం వ్యతిరేకం కాదు అని కూడా చెప్పాను. అయితే ఓ ప్రముఖ టీవీ ఛానెల్‌వారు స్ట్రక్చరల్ ఎడ్జస్ట్‌మెంట్ రుణాలను వ్యతిరేకిస్తున్న విషయాన్ని ప్రసారం చేయకుండా, అప్పు తెచ్చుకున్నా తప్పులేదు- బి.వి.రాఘవులు అంటూ ప్రసారం చేశారు. వెనకాముందూ చెప్పిన విషయాలను పరిహరించి ఇలా సెలక్టివ్‌గా రిపోర్ట్ చేయటం వక్రీకరణ కిందకే వస్తుంది. వాస్తవాలను చెప్పి వాటిమీద తోచిన విధంగా వ్యాఖ్యానించుకోవచ్చు. దాన్ని ఎవరూ తప్పుపట్టరు. మేం బలంగా ఉన్న కేరళ, బెంగాల్, త్రిపుర వంటి చోట్ల మమ్మల్ని ఉపేక్షించలేరు కనుక మా వార్తలను వక్రీకరించి రాస్తున్నారు.

మీడియా సంబంధాలను పెంచి పోషించటంలో మీరు అనుసరిస్తున్న పంథా ఏమిటి?

ఇతర పార్టీలు కొన్ని అనుసరిస్తున్న పద్ధతులు మమ్మల్నీ పాటించమని వత్తిళ్ళు వస్తున్నా మేం వాటికి దూరంగా ఉంటున్నాం. విలేకరులతో వ్యక్తిగత స్థాయిలో ప్రత్యేక సంబంధాలను నెరపటాన్ని సాధ్యమైనంతవరకూ వ్యతిరేకిస్తున్నాం. పత్రికాస్వేచ్ఛను మేం పూర్తిగా గౌరవిస్తున్నాం. కొన్ని పార్టీల మాదిరి తిమ్మిని బమ్మిని చేయమంటే మావల్ల కాదు. సీతారాం ఏచూరి ప్రకటన ముందుగా మాకివ్వండి అని వత్తిడి తెచ్చే విలేకరులూ ఉన్నారు. కానీ పెద్ద పత్రిక అయినా, చిన్న పత్రిక అయినా విలేకరులందరిపట్లా సమదృష్టిని ప్రదర్శిస్తున్నాం. ఈమధ్య ఓ పెడ ధోరణి ప్రబలింది. ఒక అంశంమీద మా పార్టీ నాయకులను వేర్వేరుగా కలిసి ఒకరికి తెలీకుండా మరొకరినుంచి అభిప్రాయాలు సేకరిస్తున్నారు. ఆ తర్వాత ఫలానా అంశంమీద సి.పి.ఎం నేతల్లో అభిప్రాయభేదాలు అంటూ వార్తలు రాస్తున్నారు. ఈవిధమైన ధోరణి ఎంతవరకూ సబబో విలేకరులే ఆలోచించాలి. మాది డెమొక్రటిక్ పార్టీ. ఒక అంశంమీద భిన్నాభిప్రాయాలు ఉంటే పార్టీ సమావేశాల్లో స్వేచ్ఛగా వ్యక్తం చేసుకునే వీలుంది. ఈ నేపథ్యంలో విలేకరులు మా పార్టీలో అభిప్రాయభేదాలంటూ రాయటంలోని ఔచిత్యం ఏమిటి? ఈరకమైన ధోరణి జర్నలిజంలో పెద్దఎత్తున ప్రవేశించింది. జర్నలిజం పరిణతి చెందే క్రమంలో ఈ పెడధోరణులను అధిగమించాల్సి ఉంది.

మీ అనుభవంలో పత్రికా విలేకరుల నడవడిక ఎలా ఉంది? విలేకరులలో మీరు ఆశిస్తున్న అభిలషణీయ మార్పులు ఏమిటి?

చాలామంది విలేకరులు ఏరోజుకారోజు నాలుగు లైన్లో, పదిలైన్లో రాసిపడేసి చేతులు

దులుపుకుంటూ సంతృప్తి పడుతున్నారు. మరిన్ని విషయాలను తెలుసుకోవాలి, ఆకళించుకోవాలి అన్న తపన వారిలో కన్పించటంలేదు. ఇది వృత్తి నైపుణ్యాన్ని మెరుగుపరచుకోవటానికి సంబంధించిన విషయం. ఉదాహరణకు ఓ సదస్సు జరుగుతుందనుకోండి. ఆ సదస్సులో పాల్గొన్న ప్రముఖ వ్యక్తి దగ్గరకు వెళ్ళటం- 'మీరు ముందు మాట్లాడండి. మేం వెళ్ళి పోతాం' అని అడగటం సర్వసాధారణమైంది. ఇతరత్రా కార్యక్రమాల ఒత్తిడి వుంటే వేరే విషయం. సదస్సులో విలేకరులు వినలేక వెళ్ళిపోవటం అనేది వారి వృత్తికి సంబంధించినంత వరకూ మంచిది కాదు.

విలేకరుల్లో మీరు గమనించిన ఇతర అవాంఛనీయ ధోరణులేమైనా ఉన్నాయా?

నాకు అనుభవంలోకి రాలేదు కానీ నా మిత్రులు కొందరు చెప్తుంటారు. మీ వార్త రావాలని ఉందా? లేదా? అని బ్లాక్‌మెయిల్ చేసే ప్రబుద్ధులూ కొందరు ఈ వృత్తిలో ఉన్నారు. హైదరాబాద్‌లో సంఖ్యలో కొద్దిమందే అయినా కొంతమంది విలేకరులు రాజకీయ పార్టీల నేతలకు ఏజంట్లుగా పనిచేస్తున్నారన్నది నిష్ఠుర సత్యం. ఆ తర్వాత ఆ పార్టీ అంతరంగిక వర్గంలో చేరి ఈ విలేకరుల ఏకంగా తమ వృత్తికి గుడ్‌బై చెప్పి రాజకీయాల్లో ప్రవేశిస్తున్నారు. మన ప్రజాస్వామ్య వ్యవస్థకు, సామాజిక పరిణామ క్రమానికి జర్నలిజం మూలస్తంభంలా ఉండి దోహదపడాలి. జర్నలిస్టులు తమ అస్తిత్వాన్ని కాపాడుకుంటూ తమదైన సానుకూల పాత్ర, నిర్ణాయక పాత్ర నిర్వర్తించాల్సిన అవసరం ఉంది. మన ప్రజలు అనేక సమస్యలను ఎదుర్కొంటున్నారు. ఈ సమస్యలను ప్రముఖంగా వెలికితేవడంలో జర్నలిస్టులు సమష్టిగా బృహత్ పాత్ర నెరపాలి. సమాజ పరిణామంలో తమ పాత్రను నిర్వర్తించేలా ఈ వృత్తి ఎదగాల్సి ఉంది.

బహిరంగ సభల్లో కానీ, విలేకరుల సమావేశాల్లో కానీ ప్రసంగించేటప్పుడు మీడియా అవసరాలను అంటే మీడియా వారు బాగా హైలైట్ చేసే పాయింట్స్‌ను ప్రసంగంలో విధిగా చేర్చటంవంటి వాటిని చేస్తుంటారా?

ఏ పార్టీ నాయకుడయినా న్యూస్ వాల్యూ ఉన్న అంశాలను ప్రసంగాల్లో ముందుకు తేవటం తప్పనిసరి. లేకుంటే ఉపయోగం లేదు. పార్టీ విధానాలకు చెరుపు కలగనంత వరకూ ముఖ్య నిర్ణయాలను వార్తాంశం దృష్ట్యా హైలైట్ చేస్తుంటాను.

పార్టీ సిద్ధాంతాలకు బలీయమైన వేదికగా ప్రజాశక్తి దినపత్రిక పాదుకోలేక పోవటానికి కారణాలు ఏమిటి? నామమాత్ర సర్క్యులేషన్‌తోనే మనుగడ సాగించాల్సి రావటానికి కారణాలేమిటి?

ప్రజాశక్తి దినపత్రికను 1980 దాకా అభిప్రాయ వ్యక్తీకరణ వేదికగా నడిపాం. అయితే ఆ తర్వాత పత్రికను సాధారణ ప్రజానీకానికి కూడా చేరువ అయ్యేట్లు చూడాలని నిర్ణయించాం. ప్రజాశక్తిని కేవలం అభిప్రాయ ప్రకటన వేదికగానే కాకుండా వార్తాపత్రికగా రూపుదిద్దాలన్న ఆశయంతో పని చేస్తున్నాం. సమకాలీన పరిణామాలపై వ్యాఖ్యలు చేస్తూనే వాస్తవాలను వార్తల రూపంలో ఇవ్వాలన్నది ధ్యేయం. ఈ ప్రయత్నంలో మేం చాలావరకు విజయవంతం అయ్యాం అయితే మార్పు చేయాల్సిన రంగాలు ఇంకా ఉన్నాయి. ఈ కృషి నిరంతరం సాగే

ప్రక్రియ. ప్రజాశక్తి రీచ్‌ని పెంచటానికి కృషి సాగుతూనే ఉంది. ఇదే సమయంలో మా పత్రికకు కొన్ని పరిమితులు ఉన్నాయి. లాభాపేక్షే ధ్యేయంగా సాగే పెద్ద పత్రికలతో పోటీ పడలేకపోవటం ప్రధాన అవరోధం. భారీగా పెట్టుబడులు, యంత్రసామాగ్రిని సమకూర్చుకోలేక పోవడం, రవాణా వంటివి ఈ సందర్భంగా ఉదహరించవచ్చు. ఇతర పత్రికలు ఏ తరహా ఎడ్వర్‌టైజ్‌మెంట్‌నైనా ప్రచురించగలవు. కానీ మేం అలా కాదు. ఆర్.టి.సి కార్మికుల సమ్మెను సమర్థించే మేము, సమ్మెను విమర్శిస్తూ ఆర్.టి.సి యాజమాన్యం విడుదల చేసే ప్రకటనను ప్రచురించలేం. ఇలాంటి పరిమితులు అనివార్యం. కానీ ఈ పరిమితులకు లోబడి పత్రికను మెరుగుపరచటానికి కృషి చేస్తున్నాం.

కమ్యూనిస్ట్ సాహిత్య పరివ్యాప్తిలో ప్రజాశక్తి పబ్లిషింగ్ హౌస్ నిర్వహిస్తున్న పాత్ర ఏమిటి?

ఉమ్మడి పార్టీగా ఉన్నప్పుడు విశాలాంధ్ర పబ్లిషింగ్ హౌస్ ముఖ్య పాత్రను నిర్వర్తించింది. ఆంధ్రరాష్ట్ర చరిత్రను తెలుగు జాతి ప్రత్యేకతలను ప్రముఖంగా వెలికి తేవటంలో విశాలాంధ్ర కృషి సాగించింది. నూతన సంస్కృతి భావాలను రంగంలోకి తేవటంలోను, సరికొత్త శాస్త్రీయ ఆలోచనలకు పునాదిని ఏర్పరచటంలోనూ విశాలాంధ్ర పబ్లిషింగ్ హౌస్ అద్వితీయ పాత్రను పోషించింది. శ్రీ శ్రీ, కొడవటిగంటి కుటుంబరావు వంటి అభ్యుదయ రచయితల రచనలను ప్రచురించటంద్వారా సమాజాభ్యున్నతికి పాటుపడింది. ఈ పాత్రను ప్రజాశక్తి పబ్లిషింగ్‌హౌస్ కొనసాగిస్తోంది. అశాస్త్రీయమైన, పలాయనవాద సాహిత్యాన్ని అడ్డుకుని కొత్త ఒరవడులను, ప్రగతిశీల భావాలను పెంచిపోషించడానికి ప్రయత్నిస్తున్నాం. ప్రస్తుతం వర్తమాన విషయాలకు సంబంధించిన గ్రంథ ప్రచురణపై ప్రజాశక్తి దృష్టి కేంద్రీకరించి ఉంది. సామాజిక శాస్త్రాలు నిరాదరణకు గురవుతున్నాయి. ఈ సామాజిక శాస్త్రాల సంస్కృతిని పునరుద్ధరించటానికి ప్రజాశక్తి పబ్లిషింగ్ హౌస్ పాటుపడనున్నది. ఇదే సమయంలో పర్యావరణం వంటి కొత్త రంగాలపై కూడా మా దృష్టి ఉంది. కేవలం మార్క్సిస్ట్ దృక్పథానికి సంబంధించిన పుస్తకాలను మాత్రమే ప్రచురించాలన్నది మా లక్ష్యం కాదు. అభ్యుదయ భావాలు, కొత్త ఆలోచనలకు కూడా పట్టం గడతాం. భిన్నాభిప్రాయాలు ఉన్నప్పటికీ చర్చను ప్రోత్సహించటానికి అనువుగా కూడా పుస్తకాలు తెస్తాం. పెద్ద సంస్థల ముఖ్యమైన నాలెడ్జి టైటిల్స్ అన్నింటినీ ఒకచోట చేర్చి ప్రజాశక్తి అందిస్తోంది. ప్రజాశక్తి ప్రచురణలను అందుబాటు ధరల్లో అందిస్తున్నాం.

గతి తార్కిక భౌతికవాదం వంటి కమ్యూనిస్ట్ జార్గాన్ కారణంగా మీ పార్టీ సందేశాన్ని ప్రజలకు విడమరిచి చెప్పడంలో అవరోధాలు ఎదురవుతున్నాయని మీరు భావిస్తున్నారా?

దృక్పథం (కాన్సెప్ట్) వేరు, జార్గాన్ (పడికట్టు పదాలు) వేరు. దృక్పథం ఉండాల్సిందే. ఈ దృక్పథాన్ని స్థాయీభేదం లేకుండా తాత్వికవేత్తల దగ్గర మాట్లాడే మాటల్ని సామాన్య ప్రజల దగ్గరకూడా మాట్లాడటం ఓ బలహీనత. అదే భావాన్ని జార్గాన్‌ను పరిహరించి ప్రజల భాషలో చెప్పడంద్వారా మరింత ప్రభావవంతంగా సందేశాన్ని చేరవేయవచ్చు. జార్గాన్‌ను పరిహరించటానికి తీవ్రంగానే ప్రయత్నిస్తున్నాం.

ఎలక్ట్రానిక్ మీడియాను ఉపయోగించటంపై మీ పార్టీ ప్రత్యేక దృష్టి సారించిందా?

ప్రస్తుతం ఎలక్ట్రానిక్ మీడియా ప్రతికూల పాత్రను పోషిస్తోంది. రాజకీయరంగాన్ని ఈ

మీడియా కేంద్రీకృతం చేస్తోంది. మన రాష్ట్రంలో టెలికాన్ఫరెన్స్‌లనే తీసుకోండి. స్థానిక సంస్థలు, మంత్రులు, కార్యదర్శుల ప్రమేయంలేకుండా విశాఖ మలేరియా కేసులగురించి ముఖ్యమంత్రి నేరుగా సంబంధిత కలెక్టర్‌తో మాట్లాడగలుగుతున్నారు. ఒకవిధంగా సామర్థ్యాన్ని పెంపొందిస్తూనే మరోవైపు అసమర్థతను పెంచి పోషిస్తున్న విచిత్ర పరిస్థితి నెలకొందినాడు. ఎలక్ట్రానిక్ మీడియాతో విరుద్ధ ఫలితాలు వస్తున్నాయి. టీవీ ఛానెల్స్ గుత్తాధిపత్యం నెరపుతున్నప్పుడు ఆ వ్యవస్థ ఖర్చు భరించలేనిదిగా ఉంది. టీవీ ఛానెల్‌లో ఒక సెకండ్ కాలాన్ని కొనటానికి వేలలో సమర్పించాల్సి వస్తోంది. టీవీ ఛానెల్స్‌ను అధికార పార్టీ మాత్రమే ఉపయోగించుకోగల పరిస్థితులు ఉన్నాయి. ఉన్నంతలో ఎలక్ట్రానిక్ మీడియాను ప్రజాస్వామికీకరణ చేయటం అనేది మన ముందున్న సమస్య.

టీవీ ఛానెల్స్‌లోనూ సంఘటనలకు ప్రాధాన్యం లభించటం లేదు. చిన్న పార్టీలు, సంస్థల పట్ల ఈ మీడియాలోనూ చిన్నచూపు, వివక్ష కొనసాగుతోంది. ఉదాహరణకు ఓ సదస్సులో ముఖ్య అతిథిగా చిన్నపార్టీ నాయకుడు పాల్గొని ముఖ్యప్రసంగం చేసినా అతనికి తగినంత కవరేజి ఉండటంలేదు. అదే సదస్సులో పెద్ద పార్టీ నాయకులు పాల్గొంటే అతను మాట్లాడే విషయ ప్రాముఖ్యంతో నిమిత్తం లేకుండా పెద్దపీట వేస్తున్నారు.

రాజకీయాల్లో రాణించటానికి ఎవరికైనా ఉండాల్సిన అర్హతలు ఏమిటి?

ప్రజల ఆకాంక్షలను, అభిమతాలను తెలుసుకుని మసలు కోగలిగినవారే రాజకీయాల్లో రాణించగలరు. కండబలం, ధనబలం వలన తాత్కాలిక ప్రయోజనాలు కలిగినా దీర్ఘకాలంలో వీటివల్ల లాభం లేదు. ప్రజల నాడిని పట్టుకోగలవారే రాజకీయాల్లో రాణిస్తారు.

గత యాభైఏళ్ళలో కమ్యూనిస్టు ఉద్యమాల సాఫల్య, వైఫల్యాలు ఏమిటి?

ఒక్క మాటలో చెప్పాలంటే కమ్యూనిస్ట్ పార్టీలు ఈ యాభై ఏళ్ళలో ట్రెండ్ సెట్టర్స్‌గా ఉన్నాయి. స్వాతంత్ర్యోద్యమంలో ఎజండా నిర్ణయంలో కమ్యూనిస్టులు ప్రధాన పాత్ర పోషించారు. స్వరాజ్యం గురించి మొదటి నినాదం ఇచ్చింది కమ్యూనిస్టులే. కాంగ్రెస్‌లో భాగంగానే రైతుల్ని, కార్మికుల్ని ముందుకు తెచ్చింది కమ్యూనిస్టులే. మాతృభాషలో విద్యాబోధన, భాషా ప్రయుక్త రాష్ట్రాలువంటి కీలక విషయాల్లో కూడా కమ్యూనిస్టులు ముందు నిలిచారు. ప్రభుత్వరంగ ప్రాధాన్యాన్ని నొక్కిచెప్పింది, భూసంస్కరణలను ఎజండాలోకి తెచ్చింది కూడా మేమే. పలు సామాజిక ఉద్యమాల్లో కమ్యూనిస్టులు ప్రధానపాత్ర నిర్వర్తించారు. అనేక త్యాగాలు చేశారు. జనసమీకరణలో కొత్త ఒరవడులు సృష్టించారు. అయితే అనేక కారణాలవలన కమ్యూనిస్టు పార్టీ, ఉద్యమాలకు నాయకత్వ స్థానాన్ని పొందలేకపోయింది.

ప్రపంచమంతా కమ్యూనిస్ట్‌లు ఎదురుదెబ్బలు తింటున్నా, భారత్‌లో మాత్రం అందుకు భిన్నంగా ముందుకు వెళ్ళగలుగుతున్నారు. ఏం సాధించామన్నదానికంటే 'ఇప్పుడున్నది ఇలా కొనసాగటం' అన్నది కూడా ముఖ్యమే.

ప్రపంచ దేశాల్లో అభ్యుదయవాద, వామపక్ష ఉద్యమాలు మళ్ళీ ఊపందుకుంటున్నాయి. మైన్మార్‌లో ప్రజాస్వామ్య ఆకాంక్షలు వెల్లువెత్తుతున్నాయి. పోర్చుగల్, యూరప్‌లో లేబర్ పార్టీలు, ఆఫ్రికాలో కమ్యూనిస్ట్‌లు కొత్త ఊపిరి పోసుకుంటున్నారు. ఇప్పుడున్న ఎదురుదెబ్బల

పరిస్థితి పోయి ప్రగతిశీల శక్తులకు, కమ్యూనిస్టులకు సానుకూల వాతావరణం ఏర్పడనున్నది. జరిగిన పొరబాట్లనుంచి గుణపాఠాలు నేర్చుకోవలసిన అవసరం కూడా ఉంది. సోవియట్ సోషలిజం లోటుపాట్లు ఏమిటి? ఆ లోటుపాట్లను పరిహరించుకుని సోషలిజాన్ని ఎలా నిర్మించుకోవాలి అన్న అంశంపై దృష్టి సారించాలి.

కమ్యూనిస్టు చైనా కూడా అంతర్జాతీయ మార్కెట్లకు ద్వారాలు తెరిచింది. ఈ నేపథ్యంలో చైనా విధానాలను మీరు ఎలా వీక్షిస్తున్నారు?

సోవియట్ యూనియన్‌లో సోషలిజం దెబ్బతిన్నాక సోషలిజంలో సంస్కరణలు అవసరమని మేం భావిస్తున్నాం. చైనా ఈమేరకు అమలు చేస్తున్న సంస్కరణలను మేం సమర్థిస్తున్నాం. చైనాలో విదేశీ పెట్టుబడులపై ప్రభుత్వం అదుపు ఉంది. కొన్ని జోన్లుగా విభజించి ఆ జోన్లలోనే పెట్టుబడిని అనుమతిస్తున్నారు. కేంద్రీకృత ప్రణాళికద్వారా, మార్కెట్ సోషలిజం (వికేంద్రీకరణ)ద్వారా చైనాలో సంస్కరణలు అమలవుతున్నాయి. చైనాలో అనుమతిస్తున్న విదేశీ పెట్టుబడిలో 90 శాతం ప్రవాస చైనావారే సమకూరుస్తున్నారు. హాంకాంగ్ (ప్రవాస చైనా పెట్టుబడి) 80 శాతం పెట్టుబడులు సమకూరుస్తోంది. గాలికోసం కిటికీ తలుపులు తెరిస్తే దోమలు కూడా ప్రవేశించటం సహజం. ఆ దోమలను ఎదుర్కోవడానికి దోమ తెరలు వాడక తప్పదు. చైనాలో అమలవుతున్న సంస్కరణల వలన కొన్ని పెడధోరణులు పొడసూపుతున్న మాట వాస్తవమే. ఈ పెడధోరణులను దృఢంగా ఎదుర్కొంటున్నారు. చైనాలో అమలవుతున్న ప్రతి సంస్కరణనూ వ్యతిరేకించటమో, సమర్థించటమో చేయటం లేదు. ఫలితాలను చూసి మంచి చెడులను బేరీజు వేసుకోవాలి.

చైనాలో మాదిరి మన దేశంలో విదేశీ పెట్టుబడిపై ప్రభుత్వ అదుపు లేదు. చైనావారు విదేశీ ఉత్పాదక పెట్టుబడి తెచ్చుకుంటుంటే మనం అప్పులకోసం ఎగబడుతున్నాం. మన దేశంలో బహుళజాతి కంపెనీలు దేశీయ పరిశ్రమలను కొనుగోలు చేస్తున్నాయి. చైనాలో కొత్త పరిశ్రమలను, టెక్నాలజీలను మాత్రమే ప్రవేశపెడుతున్నారు. చైనాలో ప్రభుత్వరంగ సంస్థలు పటిష్టంగా ఉన్నాయి. విదేశీయమైన ప్రతిదానినీ మేం వ్యతిరేకించటంలేదు. ప్రపంచబ్యాంక్, ఐ.ఎం.ఎఫ్ రుణాల్లో స్ట్రక్చరల్ ఎడ్జస్ట్‌మెంట్ రుణాలను మాత్రమే మేం వ్యతిరేకిస్తున్నాం.

దేశంలో కమ్యూనిస్టు ఉద్యమాలు లేకుండా ఉన్నట్లయితే భారతీయ రాజకీయ చిత్రం ఎలా ఉండేది?

దేశ సామాజిక, రాజకీయ, ఆర్థిక జీవితాన్ని తీర్చిదిద్దడంలో కమ్యూనిస్టులు కూడా కీలకమైన పాత్రను పోషించారు. దేశానికి స్వాతంత్ర్యం రావటానికి, స్వాతంత్ర్యోద్యమం బాటవేసినా తెలంగాణపోరాటం, వర్లీ పోరాటం, తె.భా.గా.పున్న ప్ర- వయలార్ పోరాటాలు, నేతాజీ ఐ.ఎన్.ఎ- ఇవన్నీ లేకుంటే పరిణామాలను ఊహించుకోవచ్చు. కార్మికోద్యమాలను నడిపింది కమ్యూనిస్టులే. 1936 కిసాన్ సభ నిర్వహణలో కాంగ్రెస్‌కు అనుబంధంగా ఎన్.జి.రంగాతో పాటు కమ్యూనిస్టు నాయకులు ప్రధాన పాత్ర పోషించారు. రైతాంగం రంగంలోకి వచ్చాక స్వాతంత్ర్య ఉద్యమం ఊపందుకుంది. సాహిత్యం, కళలను పునరుద్ధరించి స్వాతంత్ర్య

సాధనకు ఉపకరణాలుగా మలిచింది కూడా కమ్యూనిస్టులే. ఈ సందర్భంగా సయ్యద్ జెఫ్రీ, ముల్కరాజ్ ఆనంద్, గోపీచంద్ వంటి మహనీయుల కృషి ఎన్నతగింది. సినిమాల వంటి సాంస్కృతిక రంగాల్లో కూడా కమ్యూనిస్టులు సారధ్యపాత్ర పోషించారు.

శ్రమజీవుల పక్షాన నిలిచి పోరాడే కమ్యూనిస్టు పార్టీలు వారి మద్దతును ఎన్నికల్లో ఓట్లుగా ఎందుకు మలచుకోలేకపోతున్నాయి?

1952 ఎన్నికల్లో కమ్యూనిస్టులకు, కాంగ్రెస్‌కంటే ఎక్కువ స్థానాలు వచ్చాయి. ఆ తర్వాత ఆ స్థితిని కోల్పోవటానికి అనేక కారణాలున్నాయి. కమ్యూనిస్టు పార్టీలో చీలికలు రావడం ఇందుకు ఒక కారణం. పార్టీ బలం పుంజుకునే దశలో జైఆంధ్ర, తెలంగాణ ఉద్యమాలు వచ్చాయి. ఈ ఉద్యమాలు పార్టీ పురోగమనానికి ఆటంకం అయ్యాయి.

గతంలో తెలుగుదేశంతో మిత్రపక్షం కావటంతో సి.పి.ఎం. ప్రాబల్యం కొన్ని ప్రాంతాలకే పరిమితమైందన్న అభిప్రాయం ఉంది. దీనిపై మీరేమంటారు?

గత 14 ఏళ్ళలో శాసనసభస్థానాల విషయంలో హెచ్చుతగ్గులు ఉండవచ్చు. కానీ మొత్తం ఉద్యమాలు, కార్యకలాపాల దృష్ట్యా సి.పి.ఎం పెరిగింది. 1983 నాటి పరిస్థితితో పోల్చిచూస్తే మేం ఒక్క నాలుగు జిల్లాల్లో మినహా మిగిలిన చోట్ల బలపడ్డాం. సీట్లు గెలవకపోయినా ివిధ పరిణామాలను ప్రభావితం చేసే పరిస్థితికి చేరాం. మా ఉద్యమాలు పెరిగేకొద్దీ సీట్లు ూడా పెరుగుతాయి. అంతే తప్పించి ఎక్కువ సీట్లకు పోటీ చేసినందువల్ల ఎక్కువ సీట్లు స్తాయనుకోవటం పొరబాటు. 1920 నాటినుంచి ఒక లక్ష్యానికి అంకితమై ఆ లక్ష్య సాధనకు లిసివచ్చే పార్టీలతో పొత్తులు ఏర్పరచుకుంటూ వస్తున్నాం. ఎమర్జన్సీ సమయంలో, ామూలుగా కలవని శక్తులతో సైతం కలిసి పనిచేశాం. ఒంటరిగా ఉండాలన్నది మా ధ్యేయం ాదు. 1955 ఎన్నికల్లో కలవకపోవటంవల్ల నష్టపోయాం. 30.8 శాతం ఓట్లు సాధించినా తక్కువ సీట్లు వచ్చాయి.

సిద్ధాంతాలు ఏవైనా కమ్యూనిస్టు పార్టీలతో సహా అన్నింట్లో అగ్రకుల ఆధిపత్యం కొనసాగటానికి బాటవేసిన కారణాలు ఏమిటి?

అగ్రకుల ఆధిపత్యం సమస్యను చారిత్రకంగా చూడాలి. అయితే ఇది తాత్కాలికమైనది. చరిత్రను చూస్తే బ్రిటిషువారి చదువులను, ఆధునిక ఆలోచనలను బ్రాహ్మణులు తొలుత దిపుచ్చుకున్నారు. ఫలితంగా రాజకీయ నాయకత్వం కూడా తొలినాళ్ళలో బ్రాహ్మణుల ల్లోకి వెళ్ళింది. బ్రిటిషువారి జమిందారీ, రైత్వారీ విధానాల వల్ల ఒకనాడు శూద్రులుగా ణించబడిన రెడ్లు, కమ్మవంటి వ్యవసాయ కులాలవారు లాభపడ్డారు. వివిధ నీటిపారుదల థకాలవల్ల రెడ్లు, కమ్మ కులాలు ఆస్తులను, చదువులను పొందాయి. వాటిద్వారా ఈ కులాలు ఆధిపత్య స్థాయిల్లోకి వచ్చి, బ్రాహ్మణులను వెనక్కు నెట్టేశాయి. కృష్ణాడెల్టా, గోదావరి డెల్టాలు క్షత్రియ, కమ్మకౌలుదారులను ముందుకు నడిపించాయి. పాడిపరిశ్రమ, మద్యపానం వంటివి మరికొన్ని కులాల అభివృద్ధికి బాట వేశాయి. విద్యా, ఉద్యోగాల్లో రిజర్వేషన్ల ఫలితంగా దళితులు ముందుకు వస్తున్నారు. ఇదొక సామాజిక పరిణామక్రమం. ఇది మరింత మారనుంది. ఈ కొత్త ధోరణులకు సర్దుబాటు కావటం మా పార్టీకేమీ కొత్తకాదు. ఏ పార్టీ అయినా ఈ పరిణామాలకు అతీతంగా కొనసాగజాలదు.

నా ప్రజలకు నేనేమిటో తెలుసు

డాక్టర్ కోడెల శివప్రసాదరావుతో ఇంటర్వ్యూ



పోరుగడ్డ పల్నాటిసీమలో ఆయనదో విలక్షణ రాజకీయ వ్యక్తిత్వం. విరిగి పెరిగితి, పెరిగి విరిగితి, కష్ట సుఖముల సారమెరిగితి అన్నట్లుగా పదవి వస్తే పొంగిపోవడం, రాకుంటే కుంగిపోవడం ఆయనకు తెలీదు. ఆయనే డాక్టర్ కోడెల శివప్రసాదరావు. నరసరావు పేట కేంద్ర స్థానంగా గుంటూరుజిల్లా తెలుగుదేశం రాజకీయాల్లో ప్రధాన పాత్రధారి. వివిధ మంత్రిత్వ శాఖల నిర్వహణతో రాష్ట్రస్థాయిలో గణతికెక్కారు.

ప్రమాదపుటంచులదాకా ప్రయాణం చేయటం, ఆవెంటనే తట్టుకుని తిప్పుకుని నిలబడటం, దాన్నసలు ప్రమాదంగానే పరిగణించకపోవడం కోడెల నైజం. ప్రజానాయకుడిగా పట్టినా, ప్రజల డాక్టరుగా స్టెత్ పట్టినా క్షణం తీరుబడిలేని వ్యాపకం ఆయనకే సొంతం.

1999 అసెంబ్లీ ఎన్నికల తరుణంలో నరసరావు పేటలోని కోడెల ఆస్పత్రి ఆవరణలో బాంబు పేలడం ప్రతికూలంగా మారినా ఎన్నికల్లో విజయం సాధించగలగటం విశేషం. తానేమిటో ప్రజలకు పూర్తిగా తెలుసునని, ఈ పేలుడు కారణంగా తన ప్రతిష్ఠకు ప్రత్యేకించి వాటిల్లిన నష్టమేమీలేదని డాక్టర్ కోడెల శివప్రసాదరావు ఈ ఇంటర్వ్యూలో పేర్కొన్నారు.

నరసరావుపేటలోని మీ ఆస్పత్రి ఆవరణలో 1999 ఎన్నికల సందర్భంగా బాంబు పేలడం, కొందరు మరణించడంతో మీ ప్రతిష్ఠకు ఏమేరకు భంగం కలిగింది?

రాజకీయాల్లో మన పాత్ర, ప్రమేయం లేకుండా అనేకం జరుగుతుంటాయి. మీరు ప్రస్తావించిన ఘటన కారణంగా నా ప్రతిష్ఠకు వాటిల్లిన చెరుపు అంటూ ప్రత్యేకించి ఏమీలేదు నా నియోజకవర్గ ప్రజలకు మాత్రం నేనేమిటో తెలుసు. గత కొన్నేళ్ళుగా వారు ఏర్పరచుకున్న అభిప్రాయాన్ని ఒక్క సంఘటనతో మార్చుకోరు. నేను రాజకీయ ప్రవేశం చేసిన తర్వాత బాంబుల సంస్కృతి వచ్చింది అని కాంగ్రెస్ వాళ్ళు విపరీత ప్రచారం చేస్తున్నారు. ఇదెంత తప్పుడు ప్రచారమో ఒక్క విషయమే చెప్తుంది. నామీద ఇప్పటికి ఐదుసార్లు బాంబుదాడులు జరిగాయి. నేను హోంమంత్రిగా ఉన్నప్పుడు కూడా నాపై దాడి చేశారు. ఆ దాడిలో యాసిడ్‌బాంబు పేలడంవల్ల పడిన మచ్చలు ఇప్పటికీ నా ముఖాన ఉన్నాయి. ఇక్కడ నేనో ప్రశ్న వేస్తున్నాను. నాపై ఈ దుష్ప్రచారం చేస్తున్న ఏ కాంగ్రెస్ నాయకుడిపైనైనా దాడి జరిగిందా? (రోశయ్యపై కృష్ణారెడ్డి వర్గం చేసిన దాడి తప్ప) బాంబు పేలుడు సంఘటన తర్వాత జరిగిన ఎన్నికల్లో ప్రజల తీర్పు నాకు అనుకూలంగా రావటమే ఈ ఆరోపణలకు, ప్రజలకు నామీద

ఉన్న నమ్మకానికి ఏకైక సమాధానం.

మీరు చాలా దూకుడుగా వ్యవహరిస్తారని వినికిడి. ఇలాంటి ప్రచారం ఎందుకొచ్చింది?

కమిట్‌మెంట్‌తోనే ఇవన్నీ ముడిపడి ఉంటాయి. నా పార్టీని, నా శాఖను సమర్థంగా పనిచేయించేట్లు చూస్తే దానికి ఇతరులు పెట్టిన ముద్దుపేరు 'దూకుడు'. నిర్దేశిత ఫలితాలను సాధించాలంటే నిక్కచ్చిగా వ్యవహరించక తప్పదు. ఈ క్రమంలో అలసత్వంతో మెలిగే వారిని మందలిస్తే దానిని దూకుడు అంటున్నారు. నా బాధ్యతల నిర్వహణలో నా వ్యవహారసరళి కొందరికి మనస్తాపం కలిగిస్తే అందుకు బాధ్యత నాదికాదు. ఎదుటివారే తమ పనితీరును ఆత్మవిమర్శ చేసుకుంటే అపార్థాలకు తావు ఉండదు.

మంత్రిగా ఉన్న కాలంలో మీ శాఖ బాధ్యతలు కొన్ని ఉంటాయి. ప్రజలు మీనుంచి ఆశించేవి వేరుగా ఉంటాయి. ఈ రెంటిమధ్య సమతూకం సాధించటం ఎలా?

నేను నిర్వర్తించిన మంత్రిత్వశాఖలలో అనేక విభాగాలు ఉంటాయి. ఆ విభాగాల్లో పనిచేసే సీనియర్ అధికారులను టీమ్‌గా పనిచేయించడం, ఫలితాలను రాబట్టడం నా కర్తవ్యం. మరోపక్క ప్రజలు ఆశిస్తున్న వాటిలో సహేతుకంగా ఉన్నవి, ఇతరులకు హానికల్గించనివి నేను చేసిపెడతాను. ప్రజల విశాల ప్రయోజనాలు దెబ్బతిననంతవరకు ఎవరికైనా సహాయం అందించడానికి నేను సర్వదా సిద్ధమే.

1976లో నేను డాక్టర్‌గా ప్రాక్టీస్ మొదలెట్టాను. ప్రతి ఏడాది సంతోషంగానే గడిచింది. ప్రతి అడుగు సంతోషంగానే సాగింది. దిగువ మధ్య తరగతి కుటుంబానికి చెందిన నేను కష్టపడి పనిచేయటంతో మంచి ఫలితాలు సాధించగలిగాను. రేపటి గురించిన ఆలోచన ఎప్పుడూ లేదు. ఏమీలేకున్నా హాయిగా ఉండగలను.

తెలుగుదేశం పార్టీ నాయకుడిగా రాష్ట్రంలో మీకు గుర్తింపు ఉంది. డాక్టర్ కోడెల శివప్రసాదరావుగా ప్రజల్లో మీకున్న ప్రాబల్యం ఏమిటి?

మొదట నేను డాక్టర్‌ని. వైద్యుడిగా ఈ ప్రజలకు అందించిన సేవలతో వారి విశ్వాసం చూరగొన్నాను. తెలుగుదేశం పార్టీ ఆవిర్భావంతో మంచి ప్రాక్టీస్‌ను వదులుకుని నేను రాజకీయరంగ ప్రవేశం చేశాను. పార్టీ మనిషిగా అధిష్ఠానవర్గం ఫిలాసఫీని పరివ్యాప్తి చేయగలిగాను. రాజకీయవేత్తగా, గుంటూరుజిల్లా మంత్రిగా వాటర్‌షెడ్ కార్యక్రమాలు, డ్వాక్రావంటి పథకాలను విజయవంతంగా అమలు చేశాను. కేవలం జిల్లా దృష్టితోనే కాక, రాష్ట్ర ప్రజల అవసరాలను కూడా పరిగణనలోకి తీసుకుని వ్యవహరించాను. ఈ రూపేణా తెలుగుదేశం పార్టీకి కూడా ప్రయోజనం చేకూరింది.

మీ నియోజకవర్గ ప్రజలు, కార్యకర్తలతో సత్సంబంధాలు పెంచి పోషించడానికి మీరు తీసుకుంటున్న చర్యలు, పద్ధతులు ఏమిటి?

ప్రజలు కార్యకర్తలతో నిరంతర సంబంధాలు కలిగి ఉంటాను. వారు అడిగే అభివృద్ధి కార్యక్రమాలను అమలు చేస్తాను. అలానే సమంజసం అన్పించినంత వరకు వ్యక్తిగత అవస రాలను కూడా తీర్చటానికి శ్రద్ధ వహిస్తాను. నా ప్రజలు మంత్రిగా కంటే డాక్టర్‌గా నన్ను

ఎక్కువ ఇష్టపడతారు. ఆ సంతృప్తి చాలు.

మీరు మంత్రిగా ఉన్నప్పుడు, లేనప్పుడు మీకు సంబంధించి మీడియా కవరేజిలో మీరు గమనించిన తేడాలు ఏమిటి?

మంత్రిగా ఉన్నప్పుడు పత్రికల కవరేజి ఆ స్థాయికి తగ్గట్లు ఉంటుంది. మంత్రి పదవి లేనప్పుడు కూడా జిల్లాలో క్రియాశీల పాత్ర, బాధ్యతలు నిర్వర్తించాను. ఎమ్మెల్యేగా ఉన్నప్పుడు కూడా ప్రాముఖ్యంగల నాయకుడిని కావటంతో కవరేజి విషయంలో పెద్ద తేడా ఉండేది కాదు. పత్రికల వారితో నిరంతర సంబంధాలు పెంచిపోషించడం కూడా వార్తల కవరేజికి ఉపకరిస్తుంది.

మీడియా సంబంధాలను పెంపొందించడంలో మీరు అనుసరిస్తున్న పద్ధతులు ఏమిటి?

పత్రికా ప్రకటనలు జారీచేయటంకంటే విలేకరుల సమావేశాల నిర్వహణ పట్ల ఎక్కువ ఆసక్తి చూపుతాను. ఇందువల్ల డైరెక్ట్ ఇంటరాక్షన్‌కు వీలవుతుంది. గ్రామీణాభివృద్ధికి సంబంధించి అభివృద్ధి కార్యక్రమాలు జరుగుతున్న ప్రాంతాలకు ప్రెస్‌టూర్లను ఏర్పాటు చేశాను. ప్రజలనుంచి కూడా అభిప్రాయాలను సేకరించి వాస్తవ పరిస్థితులను తెలుసుకోవలసిందిగా విలేకరులను కోరాను.

మీరు చెప్పిన విషయం పత్రికల్లో తప్పుగా రిపోర్ట్ అయినప్పుడు మీ ప్రతిస్పందన ఎలా ఉంటుంది?

తప్పుగా రిపోర్ట్ అయినప్పుడు ముందు బాధపడతాం. తర్వాత ఆ విషయమై వివరణ ఇస్తాను. పొరబాటు సమాచారంవల్ల, ఒక్కోసారి విలేకరుల దురభిప్రాయాల కారణంగా ప్రతికూల వార్తలు రావచ్చు. విలేకరుల అభిప్రాయాలను సరిదిద్దడానికి కూడా ప్రయత్నిస్తాను.

మీ రాజకీయ జీవితమంతా విపరీతమైన ఎత్తుపల్లాలతో ఉన్నట్లు గోచరిస్తోంది. ఈ అస్థిరత్వానికి దారితీసిన కారణాలు ఏమిటి?

మీ అభిప్రాయంతో ఏకీభవించలేను. నా రాజకీయ జీవితంలో ఎత్తుపల్లాలు అంటూ నాకేమీ అన్పించలేదు. తెలుగుదేశం పార్టీలో అప్పుడూ, ఇప్పుడూ ముఖ్య నాయకుడిగా ఉన్నాను. మూడు ముఖ్య శాఖలు హోమ్, ఇరిగేషన్, పంచాయతీరాజ్ శాఖలను నిర్వహించాను. ఇంక ఎత్తుపల్లాల ప్రసక్తి ఎక్కడ?

గుంటూరు వంటి రాజకీయ చైతన్యంగల జిల్లాలో ప్రజలు మీరు ఏం చెప్పినా వాళ్ళకంటూ సొంత అభిప్రాయాలు ఏర్పరచుకుంటారు. ఈ నేపథ్యంలో మీ ప్రచారవ్యూహాల పరిమితులు ఏమిటి?

మీరన్నట్లు గుంటూరుజిల్లా రాజకీయంగా చైతన్యంగల జిల్లానే. ప్రజలకు సొంత అభిప్రాయాలు ఉంటాయి. వారు నేతల పనితీరును నిశితంగా గమనిస్తారు. చేస్తున్న పనులను కూడా దృష్టిపథంలో ఉంచుకుంటారు. రాత్రి రెండుగంటలకు కూడా గ్రామాల్లో నేను తిరిగిన సందర్భాలు ఉన్నాయి. మన పనివిధానంలో తేడావస్తే ప్రజలు స్పందించడానికి సందేహించరు. చైతన్యంగల జిల్లా కాబట్టే ఎక్కువగా పనిచేయటానికి వీలు ఏర్పడింది. చెప్పిందే చేస్తారు. చేసేదే చెప్తారు అన్న పేరు తెచ్చుకున్నాను.

మీ పార్టీ లేదా ప్రభుత్వంలో చంద్రబాబే సమస్తంగా లోకానికి కనపడుతున్నారు. ఇలాంటి పరిస్థితుల్లో ఆయా నాయకులు తమ ఇమేజిని పెంపొందించుకోవటంలో ఎదుర్కొనే ఇబ్బందులు ఏమిటి?

చంద్రబాబు తన పాలనా దక్షతతో అంతర్జాతీయంగా కూడా గుర్తింపు పొందారు. కొందరి సహాయ సహకారాలతో ఆయన పార్టీని ముందుకు నడిపిస్తున్నారు. చంద్రబాబు తన మంత్రివర్గ సహచరులకు పూర్తి స్వాతంత్ర్యం ఇస్తున్నారు. స్వేచ్ఛలేదని ఎవరైనా అనుకుంటే అది పొరబాటు. ముఖ్యమంత్రిగా చంద్రబాబుకు విస్తృతపరిధి ఉంటుంది. అయినా కూడా పనిచేసే మంత్రికి అవరోధం ఏమీలేదు. పరిపాలనకు సంబంధించి చంద్రబాబు రోల్‌మోడల్‌గా ఉన్నారు. ముఖ్యమంత్రిగా సమర్ధ సేవలు అందించబట్టే ఆయనే సమస్తంగా కనపడితే కన్పించవచ్చు. అందువల్ల మంత్రివర్గ సహచరుల ఇమేజికి వచ్చిన నష్టం ఏమీ లేదు.

రోడ్లు, పత్రికలు వెళ్ళే చోటకి మాత్రమే ప్రభుత్వం పరిమితం అవుతోంది. ఎవరు అధికారంలో ఉన్నా గ్రామీణ ప్రాంతాలను సందర్శించి, అక్కడి సమస్యల పరిష్కారానికి కృషి చేయకపోవటానికి అవరోధాలేమిటి?

మా నాయకుడు చంద్రబాబు విషయంలో ఇది మినహాయింపు. అయినా ప్రతి మూడో రోజు పర్యటనలకే కేటాయించారు. ఆదిలాబాద్‌లోని మారుమూల తండాలను కూడా ఆయన సందర్శించారు. ప్రజలతో ముఖాముఖి మాట్లాడి వారి సమస్యలు తెలుసుకుంటున్నారు. ఆ సమస్యల పరిష్కారానికి అక్కడికక్కడే ఆదేశాలు జారీ చేస్తున్నారు. పత్రికలవారు కూడా గతంలోకంటే ఎక్కువగా మారుమూల గ్రామాల పరిస్థితులను వెలుగులోకి తెస్తున్నారు. ఇందువల్ల సమస్యలు ప్రభుత్వం దృష్టికి వస్తున్నాయి. వాటి పరిష్కారం కోసం చర్యలు తీసుకోవటానికి ఉద్యుక్తమవుతోంది.

రాజకీయాల్లో రాణించటానికి ఎవరికైనా ఉండాల్సిన అర్హతలు ఏమిటి?

రాజకీయాల్లో రాణించటానికి ఎవరికైనా ప్రజలపట్ల కమిట్‌మెంట్ ఉండటం ముఖ్యం. చిత్తశుద్ధితో, అంకితభావంతో, ఇంటిగ్రిటీతో పనిచేయగలగాలి. మనపై ఉంచిన కర్తవ్యంపట్ల అంకితభావంతో పనిచేయాలి. ముఠాలమీద నాకు నమ్మకం లేదు. కొందరు అసంతృప్తితో ఉంటే ఉండవచ్చు. అందరినీ కలుపుకుని వెళ్ళటానికి ప్రయత్నిస్తున్నాం.

నరసరావుపేట ద్విశతాబ్ది ఉత్సవాలను మీరు దిగ్విజయంగా నిర్వహించారు. రోడ్ల వెడల్పువంటి కార్యక్రమానికి ప్రజలు స్వచ్ఛందంగా స్పందించి తామే స్వయంగా ఇళ్ళల్లో కొంత భాగం తొలగించారు. ప్రజలనుంచి ఇలాంటి సానుకూల స్పందన రావటానికి దోహదపడిన అంశాలు ఏమిటి?

నరసరావుపేట పట్టణ అవసరాలు ఇలా సానుకూల స్పందనకు తోడ్పడింది. పట్టణంలో ఇరుకైన రోడ్లు, పక్కవారిని తగలకుండా ముందుకు నడవటం కష్టంగా ఉండేది. అలాగే కాలుష్యంతో కూడా ప్రజలు సతమతమయ్యేవారు. ఇలా ప్రజలు ఇబ్బందులు పడుతున్న తరుణంలో వారిని ప్రేరేపించి సానుకూల ఫలితాలను రాబట్టగలిగాం. అభివృద్ధి కార్యక్రమాల విషయంలో రాజకీయాలకు, మతాలకు తావులేకుండా అందర్నీ కలుపుకుని వెళ్ళటం అనే నా వైఖరివల్ల ప్రజలకు గురి ఏర్పడింది. ప్రజలు నామీద నమ్మకం ఉంచారు. ఒక మాటచెప్తే అది చేస్తానన్న పరిపూర్ణ విశ్వాసం ప్రజలకు ఉండబట్టే వారంతా స్వచ్ఛందంగా సహకరించారు.

రేడియో శ్రోతలకు ఉపన్యాసాలు చెవికెక్కవు

శ్రీ ఆర్.వి.వి.కృష్ణారావుతో ఇంటర్వ్యూ

రేడియో వార్తల రూపశిల్పిగా శ్రీ ఆర్.వి.వి. కృష్ణారావుకు సుదీర్ఘ అనుభవం ఉంది. హైదరాబాద్ రేడియో కేంద్రంలో న్యూస్ ఎడిటర్‌గా పనిచేస్తున్న ఆయన రాష్ట్ర, జాతీయ స్థాయిలో ముఖ్య ఘట్టాలెన్నింటినో కవర్ చేశారు. లోక్‌సభ, రాష్ట్ర అసెంబ్లీకి జరిగిన పలు ఎన్నికల విశేషాలను ఆయన శ్రోతలకు పట్టి చూపారు. ఇందిర మరణం, ఎన్.టి.ఆర్ ప్రమాణస్వీకారం, ఆగస్టు సంక్షోభం, వరదలవంటి ప్రకృతి వైపరీత్యాలు.... ఇలా ఎన్నో ముఖ్య పరిణామాలకు సాక్షిగా నిలిచారు.



పశ్చిమగోదావరి జిల్లా తణుకుకు చెందిన శ్రీ కృష్ణారావు ఎం.ఎ., ఎల్.ఎల్.బి. చేశారు. కొంతకాలం ఎకనమిక్స్ లెక్చరర్‌గా పనిచేసిన ఆయన 1971లో ఇండియన్ ఇన్ఫర్మేషన్ సర్వీసులో చేరారు. పి.ఐ.బి., ఫీల్డ్ పబ్లిసిటీ, దూరదర్శన్‌లలో వివిధ హోదాల్లో బాధ్యతలు నిర్వర్తించిన శ్రీ కృష్ణారావు 1994 నుంచి హైదరాబాద్ ఆకాశవాణి కేంద్రంలో న్యూస్ ఎడిటర్‌గా బాధ్యతలు నిర్వర్తిస్తున్నారు.

కర్నాటక శాస్త్రీయ సంగీతంపై అనురక్తి మెండుగా ఉన్న శ్రీ కృష్ణారావు 25 ఏళ్ళపాటు త్యాగరాయ సంగీత కళాసమితిని అన్నీ తానై నిర్వహించారు. రేడియో కూడా దినపత్రికలకు దీటుగా వార్తలు అందించాలని పరితపించే ఆయన ఎక్కడా రాజీపడకుండా 'వార్త'ల విధులను నిర్వర్తిస్తున్నారు. తనకు పనిచేయించే సామర్థ్యంకంటే పనిచేసే సామర్థ్యం ఎక్కువ అని చెప్పే శ్రీ ఆర్.వి.వి కృష్ణారావు రేడియో వార్తల పరిమితులనుంచి, ఏ తరహా విశేషాలకు రేడియోలో పెద్దపీట వేస్తున్నది అనే అంశందాకా అనేకానేక విషయాలపై వివరించారు.

ఇతర జనమాధ్యమాలతో పోల్చి చూస్తే రేడియో వార్తలకు ఉన్న పరిమితులు ఏమిటి?

రేడియోలో వార్తల ప్రసారానికి అందుబాటులో ఉన్న సమయాన్ని బట్టే వార్తలను అందివ్వగలుగుతాం. హిందీలో ఢిల్లీనుంచి రాత్రి తొమ్మిది గంటలకు ప్రసారమయ్యే బులిటెన్‌కు మాత్రమే 15 నిమిషాల వ్యవధి ఉంది. మిగిలిన వార్తా ప్రసారాలకు 5 నుంచి 10 నిమిషాల వ్యవధి మాత్రమే ఉంది. ఢిల్లీనుంచి వెలువడే వార్తల్లో జాతీయ అంశాలకు ప్రాధాన్యం ఉంటుంది. ఢిల్లీనుంచి ప్రాంతీయ భాషల్లో వెలువడే వార్తల్లో ఆయాభాషా ప్రాంతాలకు చెందిన ముఖ్యమైన అంశాలు చోటు చేసుకుంటాయి. మేం హైదరాబాద్‌నుంచి పంపే వార్తలను ఢిల్లీవారు పూల్‌లో ఉంచాక, వాటిలో వారు ముఖ్యమైనవని భావించిన

వాటిని ఎంచుకుని అక్కడినుంచి వార్తలను ప్రసారం చేస్తారు. ఢిల్లీనుంచి వెలువడే తెలుగు వార్తలపై రాష్ట్రస్థాయిలో నియంత్రణ అనేది ఆచరణ సాధ్యంకాదు.

మేం ప్రసారం చేసే ప్రాంతీయ వార్తలకు పదినిమిషాల వ్యవధి ఉంటుంది. ముఖ్యాంశాలకు ఇందులో ఒక నిమిషం పోతుంది. ఇక చేతిలో ఉండేది 9 నిమిషాల వ్యవధి మాత్రమే. ఈ వ్యవధిలో పదినుంచి పన్నెండు వార్తలను ప్రసారం చేయటానికి వీలు చిక్కుతుంది. వ్యవధి పరిమితం కావటంతో ముఖ్యమైన వార్తలకు కూడా 40 సెకన్లనుంచి ఒక నిమిషానికి మించి కేటాయించటం సాధ్యపడదు. ఏదైనా ముఖ్య పరిణామం చోటు చేసుకుంటే ఆ పరిణామం తాలూకు ముఖ్య విషయాలను మాత్రమే రేడియో వార్తల్లో చెప్పటానికి వీలవుతుంది. పూర్వాపరాలతో సంపూర్ణ స్వరూపాన్ని ఆవిష్కరించటం సాధ్యంకాదు. శ్రోతలు తాము తెలుసుకున్న సమాచారం పూర్వాపరాలను పత్రికలద్వారా సప్లిమెంట్ చేసుకోవలసి ఉంటుంది. ఫిల్మోత్సవాలవంటి వాటికి రెండు నుంచి రెండున్నర నిమిషాల వ్యవధికి మించి కేటాయించలేం. అలాగే మంత్రివర్గ నిర్ణయాలు అన్నీ ముఖ్యమైనవి అయితే రెండు నుంచి మూడు నిమిషాల వరకూ సమయాన్ని కేటాయించగలం. రేడియో వార్తలకు సమయపరిమితిని ముఖ్యంగా దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి.

రేడియోలో ఏ తరహా వార్తలకు ఎక్కువ ప్రాధాన్యం ఉంటుంది?

రేడియోలో ప్రసారం అవుతున్న వార్తలను మూడు శ్రేణులుగా వర్గీకరించుకోవచ్చు. పత్రికలేవీ అప్పటివరకూ కవర్ చేయకుండా తొలిసారి మేం ప్రసారం చేస్తున్న వార్తలను మొదటి శ్రేణిగా పరిగణించవచ్చు. ఈ తరహా వార్తలకు ఎక్కువ ప్రాధాన్యం ఇచ్చి తగు సమయం కేటాయిస్తాం. ఉదాహరణకు విద్యుత్ చార్జీలను పెంచబోతున్నారంటూ వార్తాపత్రికలు రాస్తూ వచ్చాయి. చార్జీలు పెంచుతున్నారన్న విషయం సూచన ప్రాయంగా అందరికీ తెలుసు. అయితే ఒకరోజు సాయంత్రం అయిదున్నరకు విద్యుత్ చార్జీలను పెంచుతున్నట్లు అధికారిక ప్రకటన వెలువడింది. ఆపూట ఆరుంబావుకు ప్రసారమయ్యే వార్తల్లో పూర్తి సమాచారంతో బాగా హైలైట్ చేశాం.

ఇక సెకండరీ సోర్సులనుంచి వార్తలుగా మలిచే వాటిని రెండో శ్రేణిగా భావించవచ్చు. ఎక్కడో ఏదో చిన్న శంకుస్థాపన జరిగిందనే వార్తలను మూడో శ్రేణికింద చేర్చవచ్చు. వార్తల ఒత్తిడి లేకుంటే శంకుస్థాపన వార్తలను చెప్పటం కుదురుతుంది.

పత్రికలమాదిరి రేడియో వార్తల్లో ఊహాగానాలకు అవకాశం లేదు. ముందు చెప్పిన ఉదాహరణనే తీసుకుంటే విద్యుత్ ఛార్జీలను పెంచే అవకాశం ఉందని పత్రికలవారు ఏదో ఒక సోర్సుకు ఆపాదించి రాయగలరు. కానీ అదే విషయాన్ని రేడియోలో చెప్తే ముద్రవేస్తారు. చివరి నిమిషంలో నిర్ణయాన్ని వాయిదా వేసుకుంటే కష్టం. ఈ కారణంగానే మా అంతట మేం చొరవ తీసుకుని 'విద్యుత్ చార్జీలు పెంచనున్నట్లు తెలుస్తోంది' అని చెప్పం. ఏదైనా సమావేశం జరుగుతుంటే దాన్ని ఆసరా చేసుకుని పరిశీలన కింద చెప్పటానికి కొంతవరకు వీలుంది.

కొన్ని సందర్భాల్లో రేడియోకి బాగా స్కోర్ చేసే అవకాశాలుంటాయి. ఆగస్టు సంక్షోభంలో

ఎన్టీఆర్ రాజీనామా చేసి ఆస్పత్రిలో చేరారు. రాజీనామా లేఖను ఐ.ఎ.ఎస్. అధికారి జయప్రకాష్‌నారాయణ్‌కు ఇచ్చి గవర్నర్‌కి పంపవలసిందని ఎన్టీఆర్ కోరారు. ఆ లేఖను అందజేస్తున్నప్పుడు ఆస్పత్రిలో మా విలేఖరి అక్కడే ఉండటంతో మధ్యాహ్నం 1-10 వార్తల్లో ఆ విషయాన్ని చెప్పగలిగాం.

పత్రికల్లో జిల్లా అనుబంధాలు వచ్చాక స్థానిక వార్తలకు ప్రాధాన్యం పెరిగింది. ఈ నేపథ్యంలో రాష్ట్రంలోని వివిధ ప్రాంతాల విశేషాలను కవర్ చేయటానికి రేడియోవార్తల్లో ఉన్న అవకాశాలేమిటి?

విజయవాడ, హైదరాబాద్ కేంద్రాలనుంచి ఉదయం, మధ్యాహ్నం మొత్తం నాలుగుసార్లు వార్తలు ప్రసారమవుతాయి. ఉదయం 6.45కు విజయవాడనుంచి సాయంత్రం 6.15కు హైదరాబాద్ నుంచి ప్రసారం అయ్యే వార్తలు రాష్ట్రమంతటికీ అందుతాయి. మధ్యాహ్నం విజయవాడనుంచి ప్రసారమయ్యే వార్తలు కోస్తా జిల్లాలకు, మధ్యాహ్నం హైదరాబాద్‌నుంచి ప్రసారమయ్యే వార్తలు రాయలసీమ, తెలంగాణ ప్రాంతాలకు పరిమితం. మొత్తం నాలుగు బులిటెన్స్‌కు కలిపి 40 నిమిషాల వ్యవధి అందుబాటులో ఉంది. మధ్యాహ్నం వార్తల్లో ఆయా ప్రాంతాలకు సంబంధించిన స్థానిక వార్తలను చెప్తూనే ఉన్నాం. నాయకుల ఆరోపణలు, ప్రత్యారోపణలకు పెద్దగా ప్రాధాన్యం ఇవ్వటంలేదు. ప్రజలకు మేలు చేకూర్చే ఏ చిన్న సంఘటన అయినా మారుమూల ప్రాంతంలో జరిగినప్పటికీ రేడియో వార్తల్లో చోటు చేసుకుంటోంది. ఖమ్మం జిల్లా మారుమూల ప్రాంతంలో 2 లక్షల రూపాయల ఖర్చుతో ఓ వంతెనను నిర్మించారు. ఆ వంతెన లేని కారణంగా ప్రజలు డింగీల మీద ప్రయాణిస్తూ నానా యాతనలు పడేవారు. వంతెన చిన్నదే అయినప్పటికీ దానివలన పదుగురికీ ఉపయోగం ఉందని భావించి ఆ వంతెన ప్రారంభ వార్తకు రేడియోలో స్థానం కల్పించాం.

అలాగే సెన్సార్ బోర్డులోనో, టెలికాం ఎడ్వయిజరీ బోర్డులోనో అనేకమంది సభ్యుల్ని నియమించినప్పుడు అందరిపేర్లు చెప్పటం సాధ్యం కాదు కనుక ఒకరిద్దరి పేర్లు మా దృష్టికి వచ్చినా వార్తల్లో చెప్పటం లేదు.

రేడియో వార్తలకు జరిగిన సంఘటన ముఖ్యం. ఉదాహరణకు పలమనేరులో జిల్లా జర్నలిస్టుల సంఘం గ్రామీణ విలేకరుల శిక్షణ శిబిరం నిర్వహించిందనుకుందాం. ఆ శిబిరంలో ముఖ్య అతిథిగా జిల్లా కలెక్టర్ పాల్గొన్నా ఆయన పేరు వార్తల్లో చెప్పం. జరిగిన కార్యక్రమాన్ని మాత్రమే హైలైట్ చేస్తాం. రేడియో శ్రోతకు ఉద్బోధలు, ఉపన్యాసాలు అక్కర్లేదు.

తమ వార్తలు ప్రసారం కానప్పుడు రాజకీయ నాయకుల ప్రతిస్పందన ఎలా ఉంటోంది?

గాంధీ జయంతినాడు పండ్లు పంచి పెట్టడం వంటి విషయాలకు రేడియో వార్తల్లో తక్కువ ప్రాధాన్యం ఇస్తున్నాం. కానీ ఇలాంటి సందర్భాల్లో చాలామంది ఫలానాచోట మేం పండ్లు పంచాం అంటూ వస్తుంటారు. వారికి ఆశాభంగం కలుగుతుంది. అన్నిచోట్లకీ మా విలేకరులు వెళ్ళి వార్తలు సేకరించటం సాధ్యం కాదు కనుక కొందరు నాయకులు పత్రికా ప్రకటనల రూపంలో వార్తలు పట్టుకొస్తారు. ఆ వార్త పదిమందికీ ఉపయోగపడు తుందనుకున్నప్పుడు తప్పనిసరిగా చోటు కల్పిస్తున్నాం. ఉదాహరణకు టీచర్లకు 40 కోట్ల

రూపాయలు ప్రభుత్వం విడుదల చేసిందంటూ ఓ నాయకుడు జీవో కాపీ పట్టుకొస్తాడు. ఈ గ్రాంట్ కోసం తాను కష్టపడ్డానని చెప్తాడు. గ్రాంట్ విడుదలకు సంబంధించిన జీవో కాపీ రుజువుగా తెచ్చాడు. కనుక ఆ వార్తను ప్రసారం చేస్తాం. కొన్నిసార్లు అవసరమైతే స్టోరీని బిల్డప్ చేయాల్సి వస్తుంది. నేషనల్ యూత్‌డే జరిగింది. మేం ప్రతిజ్ఞ చేశాం అంటూ ఓ యువజన నాయకుడు ఫోన్‌చేసి చెప్తాడు. ఇటువంటి సందర్భంలో యూత్‌డేకి సంబంధించి ప్రధాన స్టోరీ చేసి అందులో ఈ నాయకుల పేర్లను కలుపుతాం.

నాయకులు ఒకసారి తాము తెచ్చిన వార్తను ప్రసారం చేయకున్నా హర్ట్‌కారు. ఇది సుగుణం. వంద వార్తలు తెస్తే తొంభైవార్తలను తిరస్కరించే సందర్భాలే ఉంటాయి. అయినా వీరెవరూ నిరాశ చెందరు. చాలామంది నాయకులు వ్యక్తిగతంగానే పత్రికా ప్రకటనలు పట్టుకొస్తుంటారు. ఒకసారి వార్త రాలేదని చెప్పి సత్సంబంధాలను చెడగొట్టుకోవాలని ఎవరూ అనుకోరు.

ప్రభుత్వ సమాచారశాఖ వారినుంచి సహకారం ఎలా ఉంది?

ఎవరైనా ఫలానా సంఘటన జరిగిందని మా దృష్టికి తెస్తే పోలీసు శాఖనో, డి.పి.ఆర్.ఓ.లనో సంప్రదించి నిర్ధారించుకుని ప్రసారం చేస్తున్నాం. కొన్ని జిల్లాల డి.పి.ఆర్.ఓ.లు చురుగ్గా ఉండి ఎప్పటికప్పుడు రేడియోకి సమాచారం అందచేస్తున్నారు. మరికొందరు డి.పి.ఆర్.ఓ.లు తప్పించుకునే ధోరణిలో చెప్తుంటారు. ఆదిలాబాద్ జిల్లాకు చెందిన పార్లమెంటు మాజీ సభ్యుడు ఒకరు మరణిస్తే ఆ జిల్లా డి.పి.ఆర్.ఓ ప్రతిస్పందించలేదు. డి.పి.ఆర్.ఓ.లు చురుగ్గా ఉన్నచోట్ల ఆయా జిల్లాలకు సంబంధించిన సమాచారం రేడియోలో బాగా కవర్ అవుతోంది.

రాష్ట్రంలోని 11 జిల్లాల్లోనే మాకు సొంత విలేకరులు ఉన్నారు. మరీ అత్యవసరం అయితే పత్రికా విలేకరులకు కాంట్రాక్ట్ ఇచ్చి ఆ పరిణామాలకు సంబంధించిన సమాచార సేకరణకు ఏర్పాట్లు చేస్తున్నాం. రిపోర్టర్ల నియామకం అనేది దేశవ్యాప్తంగా దశలవారీగా జరుగుతోంది. మొదటి దశ రిక్రూట్‌మెంట్ పూర్తయింది.

రాజకీయనాయకుల నుంచి ఒత్తిళ్ళను ఏమైనా ఎదుర్కొంటున్నారా?

సీనియర్ రాజకీయ నాయకులనుంచి పెద్దగా ఒత్తిళ్ళు ఏమీ ఉండవు. ఓసారి హైదరాబాద్‌కు బిజెపి నేత ఎల్.కె.అద్వానీ వచ్చి విలేకరుల సమావేశంలో ప్రసంగించారు. ఆ విలేకరుల సమావేశ విశేషాలను రేడియోలో ఆయన విన్నారు. శాకాహార భోజనంలా ఉంది- మసాలా కొరవడింది అని ఆయన వ్యాఖ్యానించారట. బిజెపి నాయకుడిగా విలేకరుల సమావేశంలో అద్వానీ మూడు విషయాలను ప్రస్తావించారు. ఒకటి- రాష్ట్రాల పునర్వ్యవస్థీకరణ, రెండు- ఎన్నికల సంఘం ప్రక్షాళన. మూడు- పి.వి.ప్రభుత్వంపై దాడి. మావాళ్ళు సేఫ్‌గా ప్లేచేసి ఎన్నికల సంస్కరణలను లీడ్‌లోకి తీసుకుని పి.వి.పై విమర్శలను చివరలో పడేశారు. ఈ రకమైన ట్రీట్‌మెంట్ అద్వానీకి రుచించలేదు. గుంటూరు జిల్లాలో రైలు ప్రమాదం జరిగింది. రాయపాటి సాంబశివరావు సంతాపాన్ని వార్తల్లో ప్రసారం చేశాం. ఆయన ప్రత్యర్థి లాల్ జాన్‌బాషా తన సంతాపం కూడా చెప్పాలని ఆ తర్వాత కోరారు. ఆ రైలు ప్రమాదం వార్త ఫాలో అప్ న్యూస్‌తో పాటు లాల్‌జాన్‌బాషా సంతాపం కూడా ప్రసారం చేసాం.

అయితే రేడియో వార్తలు అప్పటికీ, ఇప్పటికీ బాగా మారాయి. మిగతా పత్రికలకు తీసిపోకుండా మేం రేడియో వార్తలను అందిస్తున్నాం. వార్తాపత్రికలవారు ఏ అంశాలనైతే లీడ్‌లో తీసుకుంటారో మేం కూడా అవే అంశాలను లీడ్‌లో తీసుకుంటున్నాం. ఇతర నాయకులపై విమర్శలను కూడా ప్రసారం చేస్తున్నాం. కొన్ని సందర్భాల్లో ఆయా పరిణామాలు అంత ప్రాధాన్యం కావని చెప్పి వదిలేసినా ఆ తర్వాత పట్టించుకోక తప్పదు. పత్తిరైతుల ఆత్మహత్యలు, మర్లకుంట విందు వంటి సంఘటనలను మొదట్లో పట్టించుకోలేదు. పత్తిరైతుల ఆత్మహత్యలకు నిరసనగా ధర్నా చేశామంటూ మొదట్లో ఓ నాయకుడు వచ్చారు. ఆ ధర్నా వార్తను ప్రసారం చేయలేదు. కానీ ఆ తర్వాత రైతుల ఆత్మహత్యలకు సంబంధించి రూపొందించిన ప్రత్యేక కార్యక్రమంలో ఆ నాయకుడి వెర్షన్‌ను కూడా రికార్డు చేసి ప్రసారం చేశాం. అలాగే మర్లకుంట విందు వ్యవహారాన్ని కూడా రాష్ట్ర ప్రభుత్వం విచారణకు ఆదేశించటం దగ్గరనుంచి వార్తలను ప్రసారం చేయటం ప్రారంభించాం. ఈ సంఘటనపై దర్యాప్తు జరపాలంటూ అంతకుముందు వచ్చిన విజ్ఞప్తులను పట్టించుకోలేదు. చివరకు ఈ విషయం ఢిల్లీ స్పాట్‌లైట్‌లో కూడా ప్రసారం అయింది.

హైకోర్టు వార్తలకోసం ఓ విలేకరిని నియమించటంతో కోర్టు తీర్పులకు సంబంధించిన వార్తలను బాగా కవర్ చేయగలుగుతున్నాం. రేడియోలో వార్తలు విని యు.ఎన్.ఐ., పి.టి.ఐ. వంటి వార్తా సంస్థలు ఫాలోఅప్ చేస్తున్న సందర్భాలు ఉన్నాయి.

ప్రసారభారతి కారణంగా వార్తల తీరుతెన్నుల్లో వచ్చిన మార్పులు ఏమిటి?

సమాచార రంగంలో రేడియో ఇతర మాధ్యమాలైన పత్రికలు, టీవీఛానెళ్ళ పోటీని తట్టుకు నిలబడటం అనివార్యం. ఈ పోటీ కారణంగా మేం కూడా మారుతున్నాం. ఇప్పుడున్న పరిస్థితులు అలా మారుస్తున్నాయి. రేడియో శ్రోతల్ని కాపాడుకోవాలంటే ఏం చేయాలి? అన్న విషయంపై దృష్టి నిలిపాం. శంకుస్థాపనలు, ప్రారంభోత్సవాల వార్తలను బాగా తగ్గించేశాం. ప్రజల భాగస్వామ్యంతో అమలయ్యే జన్మభూమి కార్యక్రమానికి మంచి పబ్లిసిటీ ఇవ్వడంతో పాటు ఈ కార్యక్రమం అమలులో లోటుపాట్లను కూడా వెలుగులోకి తేగలిగాం. గతంలో అయితే ప్రతికూల వార్తలను నోటీస్ చేయకుండా వదిలేసేవాళ్ళం. పత్రికా ప్రకటనలకే పరిమితం కాకుండా వార్తల పరిధిని విస్తృతం చేస్తున్నాం.

రేడియోకు పోటీలేదు. అయితే అనేక విషయాల్లో మేం వెనకబడి ఉన్నాం. ఈ మాధ్యమానికి ఉన్న పరిమితులు అందుకు కారణం. ఎన్నికల వార్తలకు సంబంధించి టీవీ వార్తలతో మేం పోటీపడలేక పోతున్నాం. తాజావార్తలను అందివ్వగలుగుతున్నాం తప్పించి, విశ్లేషణలు ఇవ్వలేకపోతున్నాం.

సత్వరం ప్రసారం చేయగల సౌలభ్యం రేడియోకి ఉంది. ఈ కారణంగానే మేం స్కోర్ చేయగలిగిన చోట పటిష్టం కావటానికి కృషి చేస్తున్నాం. చలచిత్రోత్సవాలవంటివి దృశ్యపరంగా చూపటంలో ఉన్న ఆకర్షణ రేడియోలో ఎంత బాగా చేసినా తీసుకురాలేం.

ప్రైవేటు యాజమాన్యంలోని పత్రికల దృష్టి కోణానికి మీ దృష్టి కోణానికి ఉన్న తేడా ఏమిటి?

సంచలన స్వభావం రేడియోకు ఉండదు. ప్రజలకు ఉపకరించే సమాచారాన్ని రేడియో వార్తల్లో క్రమం తప్పకుండా ప్రసారం చేస్తున్నాం. పౌరసరఫరాల శాఖవారు జారీచేసే పత్రికా ప్రకటనలను విధిగా ఉపయోగిస్తున్నాం. రేషన్ దుకాణాల్లో ఉల్లిపాయల అమ్మకం వంటి వార్తలు ప్రజలకు ఉపకరిస్తాయి కనుక వాటికి తగు ప్రాధాన్యం ఇస్తున్నాం. కల్తీవ్యాపారికి జరిమానా వంటి వార్తలను ఇస్తున్నాం. ఇతరులు కల్తీకి పాల్పడకుండా చూడటానికి ఈ తరహా వార్తలు కొంతవరకు ఉపకరిస్తాయి. బోనాలు, గణేశ్ ఉత్సవాలు, సమ్మక్క, సారలమ్మ జాతరవంటి వాటికి, చేపమందు పంపిణీ వార్తలకు కూడా ప్రాధాన్యం ఇస్తున్నాం. వార్తల్లో యుటిలిటీ వాల్యూను ఎక్కువగా చూస్తున్నాం. సెంట్రల్ జైల్లో 70 మంది ఖైదీల రక్తదానం, ఓటు హక్కు వినియోగించుకున్న 80 ఏళ్ళ వృద్ధురాలు వంటి వార్తలను ఇతరులకు స్ఫూర్తి నిస్తాయన్న దృష్టితో ప్రసారం చేస్తున్నాం. అలాగే 36వేల మంది ఉర్దూ పరీక్షరాస్తే ఎవరైనా ముస్లిం మహిళ ముందుకు వచ్చినప్పుడు ఆ విషయాన్ని కూడా చెప్తున్నాం. ఇందులో పెద్ద వార్తా విశేషం లేకపోవచ్చు. కానీ ఇతరులకు ప్రేరణగా నిలుస్తుందన్న భావనతో వార్తల్లో చోటు కల్పిస్తున్నాం.

రేడియో వార్తలకు సంబంధించి మీ అనుభవాలు, జ్ఞాపకాలను చెప్పండి?

వార్తల ప్రసారంలో జరిగిన పొరబాట్లే ఎక్కువగా జ్ఞాపకం ఉంటాయి. పి.టి.ఐ ఆధారంగా జగ్‌జీవన్‌రామ్ మరణించారన్న వార్తను ఉదయం వార్తల్లో వివరంగా కవర్ చేశాం. 6.50కి ప్రసారమయిన సంస్కృత వార్తల్లోనూ, 7.05కు ఢిల్లీనుంచి ప్రసారమైన వార్తల్లోనూ జగజీవన్‌రామ్ మరణవార్త ఊసేలేదు. ఢిల్లీకి ఫోన్‌చేసి అడిగితే ఆ వార్త తప్పు అని చెప్పారు. 7.58కి అన్ని రేడియో కేంద్రాలు పొరబాటును సరిదిద్దుకున్నాయి. అదేసమయంలో రాజీవ్ చైనా పర్యటనకు వెళ్తున్నారు. జగజీవన్‌రామ్ చికిత్సపొందుతున్న రామ్‌మనోహర్‌లోహియా ఆస్పత్రిని సందర్శించి ఒక గంటతర్వాత రాజీవ్ చైనా వెళ్ళారు. సాంకేతిక కారణాలవలన ఒక్కోసారి లోకానికంతా తెలిసినా ఆ వార్తను చెప్పటానికి అవరోధాలు ఎదురవుతాయి.

వార్తల ప్రసారానికి సంబంధించిన నిర్దిష్ట మార్గదర్శక సూత్రాలతో బ్లూబుక్‌ను జారీచేశారు. ఆ బ్లూబుక్ ప్రకారం మరణ వార్తలను ఆస్పత్రి సూపరింటెండెంట్ ధృవీకరించాలి. ఆ తర్వాతే రేడియో విలేకరి వార్తను ఫైల్ చేయాలి అన్న నియమాలను పొందుపరిచారు.

ఈ బ్లూబుక్‌కు లోబడి పనిచేయాల్సి వచ్చినందుకే అంజయ్య ఢిల్లీలో మరణిస్తే ఉదయం 6.40 వార్తల్లో ప్రసారం చేయలేకపోయాం. అంజయ్య ఢిల్లీలో అర్ధరాత్రి మరణించారు. అంజయ్య భౌతికకాయాన్ని తీసుకుని పి.వి.నరసింహారావు హైదరాబాద్ వస్తున్నారు. అంజయ్య గురించి ఢిల్లీవాళ్ళకు పట్టదు. కానీ అంజయ్య రాష్ట్రానికి సంబంధించి ముఖ్య నాయకుడు. ఢిల్లీనుంచి ప్రసారమైన వార్తల్లో అంజయ్య మరణవార్త చెప్పలేదు.

అలాగే ఇందిరాగాంధీ 11 గంటలకు మరణించారు. మధ్యాహ్నం 1.10 బులిటెన్‌కు వార్త సిద్ధం చేశాం. అయినా ప్రసారం చేయటం సాధ్యం కాలేదు. మేం చెప్పేవరకూ మీరూ చెప్పకండని ఢిల్లీనుంచి ఆదేశాలు. జైల్‌సింగ్ విదేశీ పర్యటనలో ఉన్నారు. రాజీవ్‌గాంధీ కలకత్తాలో ఉన్నారు. ప్రత్యామ్నాయ ఏర్పాట్లు చేయకుండా ఇందిర మరణవార్తను ప్రసారం

చేయటం సాధ్యం కాలేదు. ఇందిర మరణం గురించి ప్రపంచానికంతా తెలిసినా చెప్పలేని విచిత్ర పరిస్థితి.

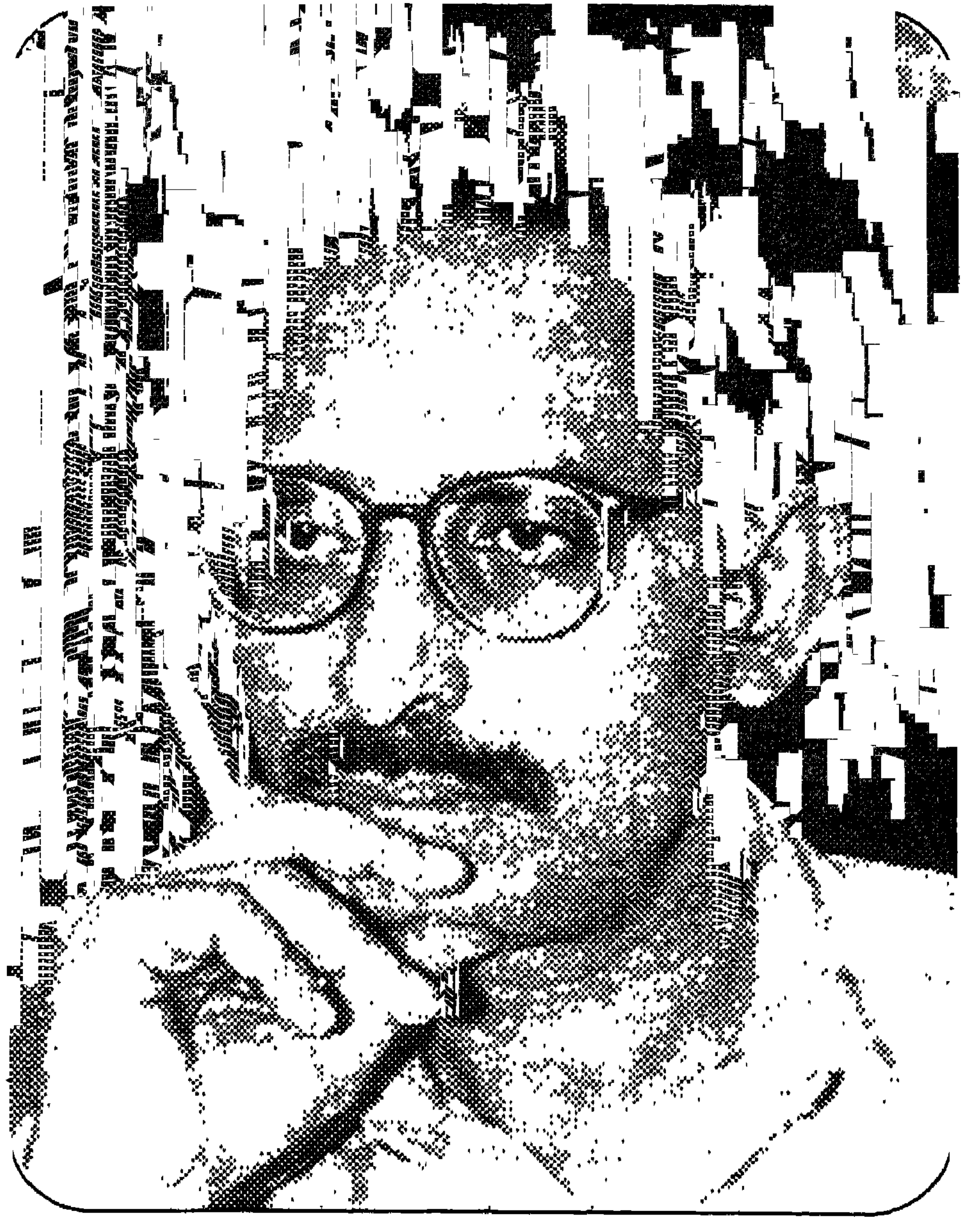
విజయవాడలో రేడియో కేంద్రానికి కిలోమీటర్ దూరంలో వంగవీటి మోహనరంగా హత్య జరిగినా వెంటనే వార్తల్లో ప్రసారం చేయలేని పరిస్థితి ఎదురైంది. భద్రతా దళాలను సిద్ధం చేసేవరకూ రంగా హత్యవార్తను ప్రకటించవద్దని జిల్లా కలెక్టర్ కోరారు. దాంతో బాంబుదాడి ఘటనలో రంగా తీవ్రంగా గాయపడ్డారని ఆయనను ఆస్పత్రిలో చేర్చారని చెప్పాం. రంగా మరణించారన్న విషయం తప్పించి మిగతా వివరాలన్నీ ఇవ్వగలిగాం.

రేడియో, దూరదర్శన్‌లలో పనిచేసేవారు పత్రికల్లో పనిచేస్తున్నవారి మాదిరిగా స్వేచ్ఛాస్వాతంత్ర్యాలు అనుభవించగలుగుతున్నారా?

రేడియో, దూరదర్శన్‌లలో పనిచేసేవారు ఇనపచట్రాల్లో ఉన్నారని, వారికి స్వేచ్ఛ తక్కువని చాలామంది అనుకుంటారు. కానీ ఇది తప్పు. పత్రికల్లో పనిచేసేవారు యాజమాన్యం పరిధులకు లోబడి నడచుకోవలసి ఉంటుంది. మాపై ఏవిధమైన ఒత్తిడులు లేవు. అభిమాన, దురభిమానాలకు దూరంగా ఉంటూ వృత్తితత్వానికి అంకితమైనప్పుడు ఏ అవరోధాలు, ఏ సమస్యలూ ఎదురుకావు. టీవీ ఛానెల్స్ వచ్చాక రేడియో వార్తల్లో కూడా కొన్ని మార్పులను తేవటం జరిగింది. న్యూస్‌రీడర్ వార్తల్ని చదవటం కంటే విలేకరుల ప్రత్యక్ష కథనాలను రికార్డు చేసి అందిస్తున్నాం. వార్తల సమర్పణలో కొత్త ఒరవడికి శ్రీకారం చుట్టాం. అలాగే మానవాసక్తి వార్తలకు కూడా ప్రాధాన్యం ఇస్తున్నాం. విశాఖ జిల్లాలో అడవులనుంచి తప్పించుకు వచ్చిన చిరుత ఇంట్లోకి జొరబడితే ఆ సాయంత్రానికల్లా రేడియో వార్తల్లో ఆ విశేషాలను కళ్ళకు కట్టినట్లు అందజేశాం.

మొత్తంమీద ప్రచార మాధ్యమాల్లో వస్తున్న మార్పులకు అనుగుణంగా మారుతున్న వారు మాలోనూ ఉన్నారు. అలా మారకుండా ఇంకా సంప్రదాయ పద్ధతులనే శిరోధార్యంగా భావించేవారూ ఉన్నారు. వృత్తిపట్ల అంకితభావంగల వారిని, వార్తాదృష్టి ఉన్నవారిని వార్తా విభాగంలో నియమించి వారిని అక్కడినుంచి కొంతకాలం కదల్చకుండా ఉంటే మంచి ఫలితాలు సాధించవీలుంది. రేడియో వార్తలను మరింత మెరుగుపరచటానికి ఎప్పుడూ అవకాశం ఉంటుంది. ఇది నిరంతరం జరగాల్సిన కృషి. రేడియో వార్తల్లో భాషను ప్రమాణీకరించటానికి కృషి చేయాల్సి ఉంది. రేడియో విలేఖరులకు తగినంతగా ప్రోత్సాహకాలు కల్పించాల్సిన అవసరమూ ఉంది. వార్తావాహిని, జిల్లా సమాచార లేఖలు వంటి వార్తా ఆధార కార్యక్రమాలను మరింత మెరుగ్గా తీర్చిదిద్దాలి. ఢిల్లీలో మాదిరి ఉదయంపూట ప్రసారమయ్యే వార్తలను రాష్ట్ర రాజధానినుంచి ప్రసారం చేయటంవల్ల మంచి ఫలితాలు ఉంటాయి. ఇప్పుడివి విజయవాడ నుంచి ప్రసారం అవుతున్నాయి.

చ
క్ర
ధ
రీ
యం



తెలుగు జర్నలిజంలో రెండు దశాబ్దాల అనుభవం, కొన్ని కథలు, ఎన్నో వ్యాసాలు రాశారు. చాలా ఇంటర్వ్యూలు, అనువాదాలు చేశారు. 'మీరూ జర్నలిస్టు కావచ్చు, జర్నలిస్టులకోసం, అనువదించడం ఎలా?' అనే పుస్తకాలు రాశారు. కొత్తగా చదువు నేర్చిన వయోజనులకోసం రాసిన 'సుఖజీవనం' పుస్తకానికి జాతీయ అవార్డు పొందారు. డాక్టర్ కాకాని చక్రపాణితో కలిసి 'గోరంతదీపం, ది ఘోస్ట్' నవలలు రాశారు. జర్నలిజంలో గోల్డ్‌మెడల్ సాధించారు. రచన జర్నలిజం కళాశాల సారథిగా తెలుగు జర్నలిజం విద్యకు ఇతోధిక సేవ చేస్తున్నారు. ప్రొఫెసర్ వి.కిషన్‌రావు ఆధ్వర్యంలో తెలుగు పత్రికలపై పరిశోధన చేస్తున్నారు.

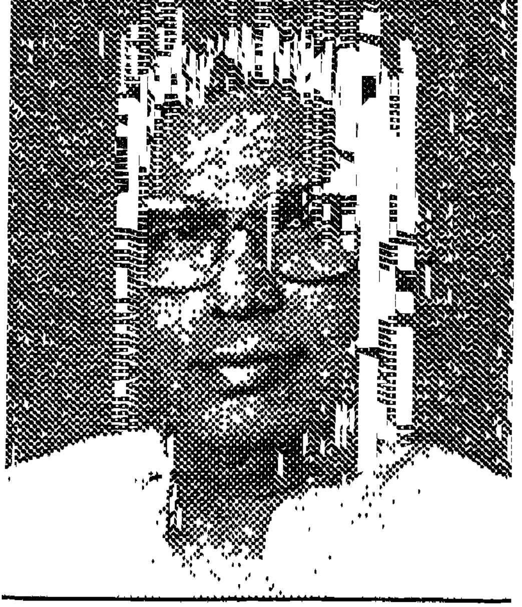
రుణానంద లహరి...

ఈ పుస్తకాన్ని స్వీకరించటానికి పెద్ద మనసుతో అంగీకరించిన శ్రీ పొత్తూరి వెంకటేశ్వరరావు, ఇంటర్వ్యూలతో పుస్తకం విలువ పెంచిన శ్రీయుతులు సి.వి.నరసింహారెడ్డి, వై.ఎస్.రాజశేఖరరెడ్డి, పి.వేణుగోపాల్‌రెడ్డి, సురవరం సుధాకర్‌రెడ్డి, బి.వి.రాఘవులు, కోడెల శివప్రసాదరావు, ఆర్.వి.వి.కృష్ణారావు, కవరు పేజీని అందంగా ముస్తాబు చేసి కార్టూన్లు గీసిచ్చిన మోహన్, తన అనుభవాలు తెలియజెప్పిన పి.వి.శ్రీరామసాయి, ఇంటర్వ్యూలు చేయటంలో తోడ్పాటునందించిన బాల, పుస్తకం చదివి తగు సూచనలిచ్చిన పాత్రికేయ మిత్రులు సాదుం రామ్మోహన్, వేగిరెడ్డి హరిచక్రవర్తి, జనసందేశ్ ఎగ్జిక్యూటివ్ ఎడిటర్ అన్నాప్రగడ శివరాంప్రసాద్, కవర్‌పేజీ రూపకల్పనలో తోడ్పడిన విజేత కాంపిటీషన్స్ పక్ష పత్రిక యాజమాన్యం, నా కృషికి ప్రోత్సాహాన్నిచ్చిన రచన విద్యాసమితి గౌరవ కార్యదర్శి డా॥ జి.గోపాల్‌రెడ్డి, తప్పుల్లేకుండా కంపోజ్ చేసిచ్చిన జి.ఎస్.కె.గ్రాఫిక్స్ గోపి, అందంగా ముద్రించిన నవ్యప్రింటర్స్ ఎ.రామకృష్ణారెడ్డి, ఈ యజ్ఞంలో ఇంకా చాలామంది మిత్రులు, హితులు వెన్నంటి నిలిచారు. వీరందరికీ మనఃపూర్వక ధన్యవాదాలు.

మీ

చక్రధర్

బి.యన్. భాషితాలు



వాస్తుశిల్పి శ్రీ **బి.యన్ రెడ్డి**

సమయం-సందర్భం

సందర్భం కానప్పుడు మాట్లాడకూడదు
సమయం కానప్పుడు పోట్లాడకూడదు
ఇంట్లో మొరిగే కుక్కకున్న విలువ
బజారులో అరిచే కుక్క కెక్కడిది?

ఎక్కువ-తక్కువ

నేటి మేటి మీటింగుల్లో
నిజాలు తక్కువ, నినాదాలు ఎక్కువ
యీనాటి గానసభల్లో
గానం తక్కువ బజానా ఎక్కువ

ఆలోచించు

లోకం నన్ను గుర్తించలేదని
వూరికే బాధపడేకన్నా
లోకాన్ని నేను అర్థం చేసుకున్నానా
అని ఆలోచించడం మిన్న!

నోరు జాగ్రత్త

అయినచోట - కానిచోట
నోరు పారేసుకోవద్దు మిత్రమా!
నీ చుట్టూ నీవాళ్ళు తక్కువ
నీవంటే గిట్టని వాళ్ళెక్కువ!!

ప్రతికూలత

పనిలో ప్రతికూలత వచ్చిందని
ఆ పనికి తిలోదకాలిస్తే ఎలా?
గాలి ప్రతికూలంగా వున్నప్పుడేకదా
గాలిపటం బాగా ఎగిరేది అలా అలా!

పెద్ద పదవిలో

పెద్ద పెద్ద పదవుల్లో వున్నవారికి
బాగా డబ్బు సంపాదించిన వారికి
వందిమాగధులు వంతలు పాడేవారు దగ్గరవుతారు
నిజమైన స్నేహితులు దూరమవుతారు

కావలసింది

ప్రజలకు కావల్సింది
నీ తెలివితేటలు కాదు
నీ సిరిసంపదలు కావు
నీలోని మంచితనం



పొట్టి శ్రీరాములు తెలుగు విశ్వవిద్యాలయం

హైదరాబాద్

ఇటీవలి ప్రచురణలు

పల్నాటి ·చరిత్ర	40.00
సాహిత ·సమాజం-రాజకీయాలు	80.00
రాజమ · చరిత్ర	40.00
సి.పి.బ్రౌ ·ఇంగ్లీషు-తెలుగు	
నిఘంట ు	185.00
సంస్కృ సాహిత్య చరిత్ర	100.00
జ్యోతిర్వే ం	45.00
ఉత్తర ·రాయణం	100.00
శివరాత్రి మహాత్మ్యము	70.00
తెలుగు ·కాంకిక నాటక పరిచయం	40.00
హైదరా ·దు నగర చరిత్ర	65.00
తెలుగు ·ఫ-1995	80.00
భారతి ·చి	190.00
ఆధుని ·ాషా శాస్త్ర సిద్ధాంతాలు	50.00
ద్రావిడ ·షలు	50.00
ద లెస్స ·టీస్	
(చిల్లరదే ·వ్భ నవల ఆంగ్లాను వాదం)	24.00
బుద్ధిజం ·డ్ జైనిజం ఇన్ ఆంధ్రప్రదేశ్	25.00
స్ప్రిం ·ఫ్ ద హెవెన్స్	34.00
మతము ·ర్శనములు విజ్ఞాన సర్వస్వం	100.00
విశ్వసా· ·ి	100.00
పత్రికా ·షా నిఘంటువు	60.00
గోపీనా· ·మాయణం సం.1,2	100.00
పాండు ·గమహాత్మ్యము	28.00
ఆముక్తమాల్యద	25.00
మనుచరిత్ర	18.00
విజయవిలాసము	18.00
వసుచరిత్ర	20.00
కాశీయాత్రాచరిత్ర	35.00
ఆంధ్రుల జానపద విజ్ఞానం	20.00
తెలుగువారి జానపద కళారూపాలు	130.00
అర్ధశతాబ్ది ఆంధ్రకవిత్వం	26.00
కందుకూరి అధిక్షేప రచనలు	8.00
ముసలమ్మ మరణం	7.00
నేటికాలపు కవిత్వం	35.00
పాశ్చాత్య సాహిత్య చరిత్ర విమర్శ- సిద్ధాంతాలు	48.00
నవ్యాంధ్ర సాహిత్య వీధులు	85.00
తెలంగాణా ఆంధ్రోద్యమం	42.00
శ్రీ సూర్యరాయాంధ్ర నిఘంటువు - ఆరు సంపుటాలు	300.00

డా॥ బి.ఆర్.అంబేద్కర్ రచనల తెలుగు అనువాదం 1 నుంచి 5 వరకు 7, 8, 9, 10, 11, 12 సంపుటాలు

వివరాలకు : డైరెక్టర్, ప్రచురణల విభాగం పొట్టిశ్రీరాములు తెలుగు విశ్వవిద్యాలయం, పబ్లిక్ గార్డెన్స్, హైదరాబాద్-500 004

ఆచార్య ఎన్. శివరామమూర్తి
రిజిస్ట్రారు

ఆరున్నర దశాబ్దాలకు పైబడిన సేవ, 475 బస్ స్టేషన్లు, 1722 బస్ షెల్టర్లు, రోజుకు 59 లక్షల కిలోమీటర్ల మేర బస్సుల నిర్వహణ, ప్రతిరోజూ 129.89 లక్షల మంది ప్రయాణీకుల రవాణా, 1,32,000 మంది సుశిక్షితులైన సిబ్బందితో...

సాగుతున్న చరిత్ర

సంస్థ చేసిన కృషి, సాధించిన ఫలితాలే ఇందుకు నిదర్శనంగా నిలిచాయి.

ప్రయాణీకుల సేవలో...

- సమయపాలన - 96 శాతం

దేశంలో అతి తక్కువ స్థాయిలో-

- 10 వేల కి.మీ.లకు 0.18 మాత్రమే వాహన వైఫల్యాలు.
- లక్ష కి.మీ.లకు 0.13 మాత్రమే ప్రమాదాలు.

ప్రయాణీకులకు సౌకర్యాలు:

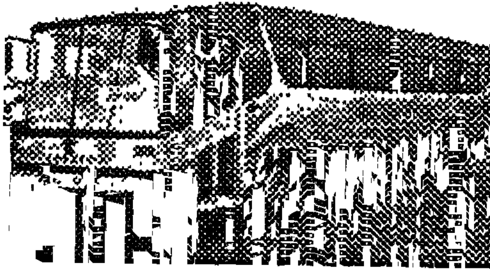
- ప్రపంచంలోనే అతిపెద్ద ఇమ్లిబన్ బస్ స్టేషన్
- రాష్ట్రవ్యాప్తంగా 475 బస్ స్టేషన్లు, 1722 బస్ షెల్టర్లు.

విభిన్న సర్వీసులు:

- ఏ.సి.స్లీపర్, విహంగం, హైటెక్, లగ్జరీ, ఎక్స్‌ప్రెస్ సర్వీసులు.
- మెట్రో లైనర్, మెట్రో ఎక్స్‌ప్రెస్ సిటీ సర్వీసులు.
- గ్రామణి, ఆర్డినరీ సర్వీసులు.
- అద్దెతో స్కూలు బస్సుల సౌకర్యం. కాంట్రాక్ట్ బస్సులు వగైరా.

సాంఘిక బాధ్యత :

- విద్యార్థులకు, వికలాంగులకు, విలేఖరులకు ఏడాదికి రూ.80 కోట్ల మేర వివిధ రాయితీలను సంస్థ అందిస్తోంది.



అవార్డులు - రివార్డులు :

- గత పద్నాలుగేళ్ళుగా ప్రతి ఏటా జాతీయ స్థాయిలో ఇంధన పొదుపు ట్రోఫీలు.
- జాతీయ ఉత్పాదకతా అవార్డులు.
- జాతీయ రోడ్డు భద్రతా అవార్డులు.
- హెచ్.సి. థడాని ఇండస్ట్రియల్ ఇంజనీరింగ్ అవార్డు.
- ఉత్తమ యాజమాన్య అవార్డు.



APSRTC

ఆంధ్రప్రదేశ్ రాష్ట్ర రోడ్డు రవాణా సంస్థ

నిర్వహణ :

- 99 శాతం వాహనాల వినియోగం.
- ఒక్కో బస్సు వినియోగం రోజుకు 316 కి.మీ.
- ఇంధన సామర్థ్యం లీటరుకు 5.12 కి.మీ.
- రోజుకు 58 లక్షల కి.మీ.ల మేర బస్సు సర్వీసుల నిర్వహణ.

ఆధునీకరణ :

- 180 డిపోల కంప్యూటరీకరణ.
- కంప్యూటర్ రిజర్వేషన్ కేంద్రాలు.
- ఆటోమేటిక్ బస్‌వాషింగ్ మిషిన్లు.
- వైర్‌లెస్ సమాచార వ్యవస్థ వగైరాల ఏర్పాట్లు.

ప్రయాణీకులకు కొన్ని సదుపాయాలు :

- తక్షణ ఉచిత ప్రయాణం పొందే పథకం.
- తిరుగు ప్రయాణ టికెట్ సౌకర్యం.
- తరచూ ప్రయాణం చేసే వారికి ఓ ఉచిత అదనపు ట్రిప్పు సదుపాయం.

మానవ వనరుల నిర్వహణ :

- 1,32,000 సుశిక్షిత సిబ్బంది.
- సిబ్బంది శిక్షణకు 7 జోనల్ శిక్షణా కళాశాలలు.
- సుహృద్భావ పారిశ్రామిక సంబంధాలు.
- ఉత్పాదకత ప్రాతిపదికపై ఇన్సెంటివ్ పథకాలు.

మీకు మెరుగైన సేవలందించేందుకు సంస్థతో సహకరించండి.

సివి సర్వీసెస్, గ్రూప్ - I పరీక్షార్థులకో అద్భుత కానుక

హరి పబ్లికేషన్స్ ప్రత్యేక గ్రంథం

ి జయ సాధన

హ పబ్లికేషన్స్, అశోక్‌నగర్, హైదరాబాద్-500 020.

నా హితాభిలాషి చక్రధర్

మరెన్నో పుస్తకాలు రాయాలని

మనసారా కాంక్షిస్తూ

శుభాకాంక్షలతో.........

G. Narendar Reddy
Director

GREATER HYDERABAD PUBLICATIONS PVT. LTD.
414, Kubera Towers, Opp. Tajmahal,
Narayanaguda, Hyderabad-29,
Ph: 3222471, 3227124, Fax: 040-3222648
Website edindia com E-mail: hydpub @ usa.net

M KING STUDENTS INFORMATION RICH

స్నేహశీలి, మృదుభాషి చక్రధర్‌కు

అభినందనలతో



బి. సునీల్ రెడ్డి
కల్వాల మల్లికార్జున్ రెడ్డి
చందనం శ్రీకాంత్
మట్టపల్లి రాఘవేందర్ రావు

THE ALGONDA DIST. CO-OP CENTRAL BANK LTD. NALGONDA.

HEAD OFFICE NALGONDA

Estd 1917
Reg o. 20953

Phone : 22512
24792
22790
Fax : 08682-22790



Fin ial Particulars of the Bank (Rs. in Lakhs)

No.	rticulars	As on 31.3.97	As on 31.3.1998
1.	are Capital	1274.80	1470.35
2.	serves	1274.81	1240.81
3.	vn Funds	2515.61	2711.16
4.	posits	3056.84	3999.07
5.	rrowings	12465.81	14662.52
6.	vances	14588.52	17301.95
7.	estments	1301.78	1521.29
8.	coveries as on 30.th June	54.64%	54.41%
9.	rking fund	19209.27	22968.94

Rat Interest : Deposits - 1 Term Deposite

	eriod	Rate Of Interest (With effect from : 10.9.98)
	5 days upto 29 days	6.00%
	0 days upto 90 days	7.50%
	1 days upto 179 days	8.50%
	80 days upto 365 days	9.00%
	years above below 2 years	11.00%
	years upto 3 years	12.00%
	years above	12.50%
II.	ings A/c	6.00%
III.	rent A/cs (Individuals Only)	0.05%

PAC which have collected 100% PACS to DCCB Demand Duri 1997-98

Name the PACS :	Branches	Name of the PACS	Branches :
1. C cur	Kodada	9. Akupamula	Munagala
2. E iole	Kodada	10. kokkireni	Munagala
3. F Annaram	Kodada	11. Nadigudem	Munagala
4. k iapur``	Kodada	12. Tellebelli	Munagala
5. T araram	Kodada	13. K.R.Puram	Munagala
6. Y aram	Kodada	14. Vattimarthy	Nakrekal
7. A itha giri	Kodada	15. Eduloor	Nakrekal
8. N agala	Munagala		

D Ramesh Sinha
eneral Manager

M. Somi Reddy
President

అభినందనలతో...

ఫోన్ (R) 22878,
24818
(O) 25300,
24060



వంగాల స్వామిగౌడ్

ప్రధాన కార్యదర్శి,
పబ్లిసిటీ ఇన్‌ఛార్జ్
జిల్లా కాంగ్రెస్ కమిటీ
నల్లగొండ

ప్రొప్రయిటర్

శ్వేత స్టోన్ క్రషర్ - నల్లగొండ

శ్రీ విఘ్నేశ్వర స్టోన్ క్రషర్ - నాగార్జునసాగర్

కిరణ్ స్టోన్ క్రషర్ - ఖమ్మం

అ ంనందనలతో...



బండ దామోదర్ రెడ్డి

తెలుగుదేశం ప్రధాన కార్యదర్శి,

జిల్లా గ్రంథాలయ సంస్థ చైర్మన్

నల్లగొండ

ఫోన్ : (R) 22541, (O) 44333, 25075

ఫాక్స్ : 08682-25075

